

# **MEKANISME BERTAHAN *SALES PROMOTION* *GIRL* DI PERKOTAAN**



**Novy Eka Rosiana**  
**4825111609**

**Skripsi ini Disusun untuk Memenuhi Persyaratan dalam Mendapatkan Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
(KONSENTRASI PEMBANGUNAN)  
JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2015**

## ABSTRAK

**Novy Eka Rosiana.** Mekanisme Bertahan *Sales Promotion Girl* di Perkotaan. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sosiologi (Konsentrasi Sosiologi Pembangunan), Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2015.

Penelitian ini secara garis besar memiliki dua tujuan utama. Pertama, untuk mendeskripsikan permasalahan yang dihadapi oleh SPG *event*. Kedua, penelitian ini mendeskripsikan mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* dalam rangka mempertahankan eksistensi.

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian adalah empat SPG *event* yang bekerja di Jakarta. Keempatnya dipilih berdasarkan latar belakang status yang berbeda. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara (*interview*), dokumentasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan pandangan Scott yang digunakan untuk mendeskripsikan mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* untuk mengatasi problematika, baik ekonomi maupun sosial dalam kehidupannya.

Penelitian ini menemukan beberapa problematika yang dihadapi SPG *event* dalam pekerjaannya. Problematika tersebut diantaranya (1) pembayaran yang tidak tepat waktu, (2) pekerjaan yang tidak menentu, (3) penggelapan upah, (4) persaingan antar SPG *event*, (5) perilaku konsumtif. Untuk mengatasi problematika tersebut SPG *event* melakukan mekanisme bertahan. SPG *event* melakukan berbagai tindakan di antaranya adalah (1) melakukan penghematan kebutuhan baik fisiologis maupun kebutuhan sosial. (2) SPG *event* mempunyai pekerjaan sampingan, seperti berjualan untuk menambah penghasilan. (3) SPG *event* memanfaatkan jaringan sosial yang mereka miliki, baik jaringan sosial horizontal maupun vertikal untuk memperoleh informasi ketersediaan pekerjaan.

**Kata Kunci:** Mekanisme Bertahan, SPG, *Event*, Problematika

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab, Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta

Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP. 19630412 199403 1 002

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Ciek Julyati Hisyam, MM., M.Si</u> NIP. 19620412 196703 2 001 Ketua Sidang	.....	.....
2.	<u>Dian Rinanta Sari, S.Sos</u> NIP. 19690306 199802 2 001 Sekretaris Sidang	.....	.....
3.	<u>Dr. Robertus Robet, MA</u> NIP. 19710516 200604 1 001 Penguji Ahli	.....	.....
4.	<u>Rakhmat Hidayat, PhD</u> NIP. 19800413 200501 1 001 Dosen Pembimbing I	.....	.....
5.	<u>Dra. Evy Clara, M.Si</u> NIP. 19590927 198403 2 001 Dosen Pembimbing II	.....	.....

**Tanggal Lulus: 18 Januari 2016**

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

“The more I pray, the more Allah shows Me the way.”  
—Anonymous

“Only in the darkness can you see the stars.”  
—Martin Luther King Jr.

Aku takkan mengerti kata bila tak kalian ajarkan.  
Aku takkan mengerti cinta bila tak kalian tunjukan.  
Aku takkan mengerti ikhlas bila tak kalian berikan.

Setiap kata dalam skripsi ini ku persembahkan dengan segenap cinta dan keikhlasanku untuk Papa, Mami, dan Mama tersayang.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan banyak nikmat kepada penulis baik berupa nikmat iman islam, kesehatan, dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Sosiologi pada Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Zid, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, atas segala kebijaksanaan dan ilmunya.
2. Dr. Robertus Robet, MA selaku ketua jurusan Sosiologi, atas dedikasinya dan segala pencerahan ilmu yang berguna bagi penerus bangsa Indonesia.
3. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si selaku sekretaris jurusan Sosiologi, atas segala kebaikan serta ilmunya.
4. Rakhmat Hidayat, Ph.D selaku dosen pembimbing I penulis, atas kesabaran dalam membimbing, kesedian membagi ilmu kepada penulis serta ketekunan yang diajarkan selama penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Evy Clara, M.Si selaku dosen pembimbing II penulis, atas bimbingan, ilmu dan semua masukan positif bagi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar Sosiologi UNJ, terutama Ubeidillah, M.Si selaku dosen pembimbing akademik penulis, atas ilmu dan bimbingannya selama ini.
7. Mbak Tika dan Mbak Mega, atas kerjasama dan kebaikannya selama ini untuk mengurus jadwal sidang, menyampaikan informasi terkait perkuliahan dan dosen.
8. Seluruh informan dalam skripsi ini yang telah memberikan waktu untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Orang tua penulis, Royani, Heny Tri Susilowati, dan Lismiyani. Terima kasih atas cinta, dukungan, serta doa yang selalu kalian panjatkan untuk penulis.
10. Mutiara Nur Fatimah, Fajriah Intan Purnama, Nukhe Lazareta dan Hanum Ayu Lestari, terima kasih atas sindiran, dukungan, waktu serta kontribusi untuk membantu penulisan skripsi ini. Tanpa kalian, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kak Rinjani, terima kasih atas arahan pada awal penulisan skripsi ini.
12. *Beach Team*: Dwi Anggraini, Muhaiminah serta tiga nama yang telah disebutkan sebelumnya, terimakasih untuk kebersamaan di dalam suka maupun duka selama ini.
13. Reza Fernandy, terimakasih untuk waktunya selama enam tahun ini.
14. Teman seperjuangan Sosiologi Pembangunan Reguler 2011: Adit, Rangga, Fauzan, Marie, Thohar, Paulo, Gigih serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga kita semua sukses dan siap menghadapi dunia kerja.

Akhir kata, semoga kebaikan yang telah dilakukan oleh semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

Jakarta, Januari 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Hlm
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR SKEMA.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Permasalahan.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
D. Tinjauan Penelitian Sejenis.....	7
E. Kerangka Konseptual.....	13
1. <i>Stereotipe</i> .....	13
2. <i>Sales Promotion Girl</i> .....	15
3. Mekanisme Bertahan .....	17
4. Jaringan Sosial.....	22
F. Metodologi Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Subjek Penelitian.....	26
3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
4. Teknik Pengumpulan Data .....	28
5. Peran Peneliti.....	29
6. Keterbatasan Penelitian.....	30
7. Triangulasi Data.....	30
G. Sistematika Penelitian.....	31
<b>BAB II KONTEKS SOSIAL EKONOMI SPG <i>EVENT</i></b>	
A. Pengantar.....	34
B. Konteks Ekonomi SPG <i>Event</i> .....	35
C. Persepsi Masyarakat Terhadap SPG <i>Event</i> .....	40

D. Gambaran Struktur Kerja SPG <i>Event</i> .....	42
1. Pola Rekrutmen SPG <i>Event</i> .....	46
2. Pola Kerja SPG <i>Event</i> .....	51
E. Penutup.....	55
 <b>BAB III REALITA KEHIDUPAN SPG DALAM DUNIA KERJA</b>	
A. Pengantar.....	57
B. <i>Grade</i> dalam Dunia Kerja SPG <i>Event</i> .....	58
C. Identitas Sosial SPG <i>Event</i> .....	62
D. Problematika SPG <i>Event</i> .....	74
1. Problematika di Bidang Ekonomi.....	74
2. Problematika di Bidang Sosial.....	88
E. Relasi Sosial di Lingkungan Kerja.....	97
F. Penutup.....	105
 <b>BAB IV MEKANISME BERTAHAN SALES PROMOTION GIRL</b>	
A. Pengantar.....	106
B. Kecantikan Sebagai Pendukung Eksistensi SPG <i>Event</i> .....	107
C. Stigma dan Eksploitasi terhadap SPG <i>Event</i> .....	112
D. Kerentanan SPG <i>Event</i> Dalam Dunia Kerja.....	117
E. Mekanisme SPG <i>Event</i> dalam Mempertahankan Eksistensi.....	118
1. Mekanisme Ekonomi.....	118
2. Mekanisme Alternatif Subsistensi.....	127
3. Mekanisme Jaringan.....	130
a. Jaringan Sosial Horizontal.....	131
b. Jaringan Sosial Vertikal.....	134
F. Penutup.....	142
 <b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	146
B. Saran.....	149
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	150
<b>TRANSKRIP WAWANCARA</b>	
<b>BIODATA PENULIS</b>	



## DAFTAR TABEL

	Hlm
Tabel 1.1 Perbandingan Tinjauan Penelitian Sejenis.....	10
Tabel 1.2 Karakteristik Informan.....	27
Tabel 2.1 Klasifikasi SPG.....	36
Tabel 3.1 Identitas Sosial SPG <i>Event</i> .....	72
Tabel 3.2 Problematika di Bidang Ekonomi.....	86
Tabel 3.3 Problematika di Bidang Sosial.....	96
Tabel 3.4 Problematika dan Relasi Kerja SPG <i>Event</i> .....	105
Tabel 4.1 Penghematan SPG <i>Event</i> .....	122
Tabel 4.2 Tujuan Jaringan Sosial SPG <i>Event</i> .....	137
Tabel 4.3 Perbandingan Mekanisme Petani dengan SPG <i>Event</i> .....	144

## DAFTAR GAMBAR

	Hlm.
Gambar 3.1 Informan AD Saat Bekerja.....	64
Gambar 3.2 Informan DA Ketika Wawancara.....	68
Gambar 3.3 Informan BS Ketika Menjadi SPG PT. Khong Guan.....	84
Gambar 3.4 Koleksi Tas Informan DA.....	90
Gambar 3.5 Koleksi <i>Make Up</i> Informan OE.....	92

## DAFTAR SKEMA

	Hlm.
Skema 2.1 Motif Perempuan sebagai SPG <i>Event</i> .....	37
Skema 2.2 Hubungan Perusahaan, EO dan SPG <i>Event</i> .....	44
Skema 2.3 Pola Rekrutmen SPG <i>Event</i> .....	49
Skema 2.4 Pola Kerja SPG <i>Event</i> .....	53
Skema 3.1 <i>Grade</i> SPG <i>Event</i> .....	58
Skema 3.2 Problematika SPG <i>Event</i> .....	75
Skema 3.3 Problematika di Bidang Ekonomi.....	75
Skema 3.4 Alur Pembayaran SPG <i>Event</i> .....	76
Skema 3.5 Problematika di Bidang Sosial.....	88
Skema 3.6 Relasi Sosial di Lingkungan Kerja.....	104
Skema 4.1 Mekanisme Ekonomi SPG <i>Event</i> .....	124
Skema 4.2 Kegiatan Swadaya sebagai Mekanisme Alternatif Subsistensi...	129
Skema 4.3 Mekanisme Jaringan.....	139
Skema 4.4 Mekanisme Bertaha SPG <i>Event</i> .....	145

## DAFTAR SINGKATAN

SPG	<i>Sales Promotion Girl</i>
EO	<i>Event Organizer</i>
TL	<i>Team Leader</i>
BBM	<i>Blackberry Messenger</i>
PRJ	Pekan Raya Jakarta
PBQ	<i>Professional Beauty of Qualification</i>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini telah terjadi perubahan dalam paradigma kehidupan, di mana seorang perempuan tidak lagi memegang peranan tunggal yaitu berada di rumah dan melakukan pekerjaan domestik. Tetapi perempuan saat ini sudah mulai melibatkan diri dalam ranah publik. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan agustus 2015 jumlah perempuan yang bekerja tercatat 1,92 juta orang, meningkat 105,6 ribu orang dibandingkan pada bulan agustus 2014 yaitu hanya sebesar 1,69 juta orang.<sup>1</sup> Terjunnya perempuan ke ranah publik dengan berbagai alasan, salah satunya adalah untuk memenuhi kepentingan ekonomi rumah tangga. Menurut Stoler pada umumnya motivasi perempuan untuk bekerja di ranah publik didasari oleh kepentingan ekonomi rumah tangga, mendapatkan kemandirian, belajar menghadapi tantangan sosial ekonomi, dan untuk meningkatkan status sosial ekonominya.<sup>2</sup>

Saat ini banyak masyarakat yang tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dengan hanya mengandalkan upah yang didapatkan dari suami. Terlebih apabila pekerjaan yang dimiliki suami hanya sebagai buruh sehingga upah yang

---

<sup>1</sup>Berita Resmi Statistik Provinsi DKI Jakarta, No. 54/11/31/Th XVII, 5 November 2015 (di akses dari [jakarta.bps.go.id/.../brs.../brsInd-20150505142249.pdf](http://jakarta.bps.go.id/.../brs.../brsInd-20150505142249.pdf) pada tanggal 22 Januari 2015 pukul 20.00 wib)

<sup>2</sup>Miskawi, *Menguak WTS (Wanita Tuna Susila) Antara Peran Positif Terbaik Dan Termarginalkan Dalam Bentuk Pembelaannya Tahun 1970-2009*, Jurnal Ilmiah *Progressif* Vol. 6 No. 18, Desember 2009, hlm. 24.

didapatkan tidak akan mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga. Kenyataannya biaya kebutuhan hidup saat ini semakin tinggi, baik biaya kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Hal ini menyebabkan banyak para perempuan yang memutuskan untuk membantu menambah penghasilan agar dapat mempertahankan kehidupannya.

SPG merupakan salah satu jenis profesi yang dipilih oleh kebanyakan perempuan. Hal ini disebabkan beberapa dari menganggap bahwa profesi ini sesuai dengan kapasitas yang mereka miliki. Secara umum *Sales Promotion Girl* didefinisikan sebagai wanita yang melakukan usaha perluasan penjualan benda-benda atau jasa-jasa di mana mereka berusaha untuk menarik perhatian publik sehingga publik timbul keinginannya untuk membeli produk.<sup>3</sup> Adanya variasi pekerjaan dari seorang SPG, menyebabkan jenis SPG pun beragam. Ada SPG yang bekerja secara tetap dan juga SPG yang bekerja hanya pada waktu tertentu yang kerap disebut *SPG event*. Penulis mengkhususkan skripsi ini pada pembahasan *SPG event*.

Menurut Raharti, untuk menjadi seorang *SPG event* ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi. Hal yang paling utama adalah berkaitan dengan penampilan fisik. Penampilan fisik ini dapat dari kulit yang bersih, tinggi serta berat badan proporsional yang dimiliki perempuan. Kedua adalah kemampuan berkomunikasi. Komunikasi menjadi sesuatu yang penting ketika bekerja sebagai *SPG event* mengingat tugas seorang *SPG event* adalah memperkenalkan jenis produk tertentu

---

<sup>3</sup>Winardi, *Azas-azas Manajemen*, (Bandung: Alumni), 1983, hlm. 153.

dari perusahaan, sehingga SPG *event* harus mampu menciptakan interaksi terhadap konsumen. Kemudian adalah *body language* yang ini mengarah pada gerakan fisik, seperti gerakan lemah lembut serta ramah terhadap konsumen. Gerak tubuh ketika menawarkan produk serta sentuhan fisik adalah deskripsi dari *body language* ini.<sup>4</sup>

Kehadiran SPG *event* dalam sebuah acara promosi dapat membantu perusahaan untuk menggaet calon konsumen. Hal ini di dasari oleh penampilan SPG *event* yang menarik sehingga menarik perhatian konsumen untuk mendekati *stand* perusahaan atau sekedar menerima brosur dan mencoba produk yang ditawarkan.<sup>5</sup> Hal tersebut didukung pula oleh peraturan perusahaan yang mewajibkan setiap SPG *event* untuk menggunakan seragam yang cenderung *sexy* serta riasan *make up* untuk menunjang penampilan. Dalam profesi SPG *event*, stereotipe masyarakat terhadap perempuan yang cantik serta memiliki sifat yang ramah serta lemah lembut sangat mempengaruhi. Hal ini dapat dilihat dari perusahaan yang lebih memilih untuk menggaet perempuan sebagai presenter untuk memperkenalkan serta menjual produknya.

Dalam menjalankan profesinya SPG *event* tidak hanya berdiri dan menawarkan produk yang dijualnya tetapi setiap SPG *event* diberikan target yang harus dicapai. Pada umumnya, setiap SPG *event* yang mencapai target penjualan akan mendapatkan bonus oleh perusahaan. Hal ini dilakukan oleh perusahaan untuk memotivasi setiap

---

<sup>4</sup>Mujiasih Raharti, *Manajemen Penjualan Dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hlm. 223

<sup>5</sup>Hasil pengamatan penulis

SPG *event* agar menjual produk dengan sebanyak-banyaknya.<sup>6</sup> Tentu hal ini tidak sebanding dengan keuntungan yang perusahaan dapatkan apabila produk yang dijualnya melambung tinggi. Percaya atau tidak hal ini sangat efektif, sebab setiap SPG *event* berlomba-lomba menjual produk sebanyak-banyaknya untuk mencapai target agar mendapatkan bonus yang dijanjikan. Padahal tidak sedikit yang membicarakan bahwa pendapatan yang diterima seorang SPG *event* cukup besar, bahkan bisa melebihi pendapatan seorang karyawan yang bekerja penuh waktu.

Dalam sehari seorang SPG *event* mendapatkan *fee* (pembayaran) antara Rp 150.000,- sampai Rp 200.000,- dalam jangka waktu kerja 7-8 jam.<sup>7</sup> Dapat dibayangkan dalam sebulan seorang SPG *event* bisa menghasilkan gaji yang lebih besar dari seorang karyawan tetap. Namun, meskipun begitu profesi SPG *event* merupakan profesi yang dapat dikatakan rentan, hal ini disebabkan bahwa pekerjaan SPG *event* adalah bersifat sementara dan tidak menentu. Hal tersebut merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh SPG *event*. Dari pemaparan kerentanan tersebut, penulis tertarik akan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh SPG *event* mulai dari permasalahan di bidang ekonomi maupun permasalahan di bidang sosial dan bagaimana mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* dalam mempertahankan eksistensinya.

---

<sup>6</sup>Hasil wawancara dengan AD di daerah Rawamangun, Jakarta Timur pada tanggal 3 April 2015 pukul 14.00 WIB

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan BS di daerah Sudirman, Jakarta Selatan pada tanggal 29 April 2015 pukul 19.00 WIB.



## **B. Rumusan Permasalahan**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, bahwa masalah penelitian yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini adalah mekanisme bertahan yang dilakukan beberapa SPG *event* dalam mempertahankan eksistensinya sebagai upaya penanggulangan pemenuhan kebutuhan hidup. Kepentingan ekonomi rumah tangga menjadi salah satu pertimbangan SPG *event* untuk tetap mempertahankan profesinya. Meskipun imbalan yang didapatkan dari profesinya sebagai SPG *event* cukup besar, namun tidak sedikit pula permasalahan yang akan menghampirinya. Hal tersebut menjadi salah satu alasan bahwa setiap SPG *event* harus memiliki serta melakukan berbagai bentuk strategi atau mekanisme guna mempertahankan eksistensinya.

Usaha yang dilakukan SPG *event* untuk mempertahankan eksistensinya di tengah permasalahan yang mereka hadapi merupakan hal yang cukup menarik untuk dikaji. Selain itu, bentuk-bentuk mekanisme yang dilakukan para SPG *event* sebagai upaya penanggulangan pemenuhan kebutuhan hidup merupakan suatu hal yang layak menjadi kajian penelitian sosiologis. Penelitian ini dilakukan terhadap 4 SPG *event* dengan latar belakang status yang berbeda-beda. Dengan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana permasalahan sosial ekonomi yang dihadapi SPG *event*?
2. Bagaimana mekanisme bertahan SPG *event* untuk mempertahankan eksistensinya?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan permasalahan sosial ekonomi yang dihadapi SPG *event* serta bagaimana mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* ditengah permasalahan yang mereka hadapi. Seperti yang telah kita ketahui bahwa Jakarta merupakan pusat kota di mana untuk dapat bertahan di kota besar ini mereka harus mampu bersaing terutama dalam bidang ekonomi. Namun, seiring berkembangnya persaingan tentu akan terdapat dinamika yang terjadi serta tidak sedikit pula permasalahan yang akan muncul dari berbagai sisi. Oleh sebab itu penelitian ini berusaha untuk melihat dan menjabarkan permasalahan apa saja yang dihadapi oleh SPG *event* baik dalam bidang sosial maupun ekonomi. Penelitian ini juga berusaha untuk menjabarkan bagaimana mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* untuk mempertahankan eksistensinya di tengah permasalahan yang ada.

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini secara akademis adalah sebagai salah satu syarat kelulusan serta sebagai referensi tambahan jika ingin melakukan penelitian serupa. Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat pada perkembangan beberapa ilmu sosiologi, antara lain dalam bidang sosiologi gender berkaitan dengan *stereotype* masyarakat terhadap SPG *event* dan dalam bidang sosiologi

ekonomi tentang bagaimana mekanisme bertahan yang dilakukan SPG event ditengah permasalahan yang mereka hadapi.

Bagi kalangan umum, tulisan ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan yang berguna. Khususnya dalam memahami permasalahan sosial ekonomi yang dihadapi SPG *event*, serta memahami mekanisme bertahan SPG *event* untuk mempertahankan eksistensinya di tengah permasalahan yang ada.

#### **D. Tinjauan Penelitian Sejenis**

Penulis mengambil contoh beberapa studi lain sejenis yang telah dilakukan oleh para penulis sebelumnya dengan lokasi dan sudut pandang yang berbeda. Penelitian pertama dalam jurnal yang ditulis oleh Dyah Sarianti Martha dan M. Jacky yang diterbitkan oleh Paradigma, Volume 03 Nomor 01 Tahun 2015 dengan judul “*Perilaku Konsumtif Mahasiswi yang Berstatus Sales Promotion Girl (SPG)*”.<sup>8</sup> Dalam jurnal Dyah Sarianti Martha dan M. Jacky menyimpulkan bahwa jurnal tersebut memfokuskan pada perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi bukan karena kebutuhan dan hasrat tetapi lebih pada konsumsi citra dari merek guna mendapatkan prestise, kepuasan batin, dan penghormatan yang lebih dari lingkungan sekitarnya. Para mahasiswi menjadikan tubuh sebagai rana simulasi tanda untuk menghasilkan hiperrealitas yang berbentuk *glamour*, *stylistic* dan *minimalis*. *Glamour* dalam penelitian ini ditunjukkan dengan kepemilikan barang yang serba mewah, make up yang berlebihan, dan kepemilikan aksesoris yang *glamour* karena

---

<sup>8</sup>Dyah Sarianti Martha dan M. Jacky, *Perilaku Konsumtif Mahasiswi yang Berstatus Sales Promotion Girl (SPG)*, Jurnal Paradigma, Volume 03 Nomor 01, 2015

rata-rata menggunakan perhiasan emas asli. Sedangkan *stylistic* lebih memiliki kreatifitas dan ekspresif dalam mengkonsumsi barang yang digunakan sehingga dapat terlihat gaul dan modis. Berbeda dengan *glamour* dan *stylistic*, minimalis cenderung lebih sederhana dengan tampilan seminimal mungkin sesuai kebutuhan sehingga terkesan lebih natural. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan pengumpulan data yang dilakukan secara primer yaitu observasi dan wawancara, serta secara sekunder yaitu dokumentasi serta internet.

Kedua dalam skripsi yang ditulis oleh Herlin Putri Utami pada tahun 2008 yang berjudul “*Perilaku Konsumtif Pada Sales Promotion Girl (SPG) Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis*”.<sup>9</sup> Dalam skripsi Herlin Putri Utami menyimpulkan bahwa gerakan gaya hidup mewah atau hedonis sering dilakukan oleh SPG. Kehidupan mewah atau *glamour* dan cenderung berlebihan merupakan gejala-gejala yang mengindikasikan perilaku konsumtif. Dari analisis yang dilakukan oleh Helin Putri Utami bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif SPG dan sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis semakin rendah pula perilaku konsumtif pada SPG. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku konsumtif yang dilakukan oleh SPG. Penelitian Herlin Putri Utami ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan datanya melalui metode skala. Skala yang digunakan adalah

---

<sup>9</sup>Herlin Putri Utami, *Perilaku Konsumtif Pada Sales Promotion Girl (SPG) Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis*, (Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata, 2008)

gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif.

Selanjutnya dalam jurnal yang ditulis oleh Lita Nurpuspita Sari pada tahun 2015 yang berjudul “*Potret Perilaku Sosial SPG (Sales Promotion Girl) Rokok Di Mata Masyarakat Kelurahan Benua Melayu Darat Kota Pontianak*”.<sup>10</sup> Penelitian Lita Nurpuspita Sari menyimpulkan bahwa selain dari simbol-simbol yang melekat ditubuh SPG rokok seperti penggunaan baju, *make up* dan juga bahasa verbal yang agresif perilaku SPG rokok juga terbentuk karena adanya pengaruh dari lingkungan SPG rokok itu sendiri. Lingkungan SPG rokok cenderung memiliki kehidupan *glamour* yang menjadi gengsi dikalangan mereka, membuat SPG rokok saling berlomba-lomba dalam memenuhi gaya hidup mereka. Namun, perilaku sosial SPG tentunya berbeda-beda. Tidak semua dari SPG berperilaku menyimpang, selain itu tidak semua dari SPG berpakaian seksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara dan observasi.

Terakhir dalam skripsi yang ditulis oleh Dinny Andriyani Wijaya pada tahun 2013 yang berjudul “*Brand Ambassador Sebagai Kapital Simbolik*”.<sup>11</sup> Penelitian Dinny menyimpulkan bahwa setiap SPG memiliki kapital dalam jumlah yang berbeda. Kepemilikan kapital dan kemampuan para SPG dalam pengelolaannya membuat mereka saling berkontestasi untuk mendominasi pada ranah pekerjaan yang

---

<sup>10</sup>Lita Nurpuspita Sari, *Potret Perilaku Sosial SPG (Sales Promotion Girl) Rokok Di Mata Masyarakat Kelurahan Benua Melayu Darat Kota Pontianak*, Jurnal Sosiologi, Volume 3, Nomor 1, 2015

<sup>11</sup>Dinny Andriyani Wijaya, *Brand Ambassador Sebagai Kapital Simbolik*, (Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, 2013)

lebih menjurus pada kemampuan penjualan rokok. Dalam hal ini SPG mengalami bentuk kekerasan simbolik oleh perusahaan. Dalam pemikiran Bourdieu *field* terdiri dari berbagai agen serta terdapat norma serta nilai untuk mereka patuhi. Jenis kapital tertinggi yaitu konversi dalam bentuk pengakuan pihak lain yaitu kapital simbolik. Pada tahap internal perusahaan memberikan pelabelan dalam bentuk *grade* (tingkatan SPG) pada SPG. Sedangkan secara eksternal pengakuan SPG sebagai *brand ambassador* perusahaan bagi masyarakat, yang pada hakekatnya justru bentuk kebermanfaatan atas kapital wanita. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara mendalam, wawancara sambil lalu, serta observasi langsung dan studi dokumentasi.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Penelitian Sejenis**

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil
1.	Dyah Sarianti Martha dan M. Jacky	Perilaku Konsumtif Mahasiswi yang Berstatus <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pendekatan kualitatif</li> <li>➤ Metode deskriptif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi bukan karena kebutuhan dan hasrat tetapi lebih pada konsumsi citra dari merek guna mendapatkan prestise, kepuasan batin, dan penghormatan yang lebih dari lingkungan sekitarnya.</li> </ul>
2.	Lita Nurpuspita Sari	Potret Perilaku Sosial SPG ( <i>Sales Promotion Girl</i> ) Rokok Di Mata Masyarakat Kelurahan Benua Melayu Darat Kota	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pendekatan kualitatif</li> <li>➤ Metode deskriptif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Selain dari simbol-simbol yang melekat ditubuh SPG rokok seperti penggunaan baju, <i>make up</i> dan juga bahasa verbal yang agresif</li> </ul>

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil
		Pontianak		perilaku SPG rokok juga terbentuk karena adanya pengaruh dari lingkungan SPG rokok itu sendiri.
3.	Herlin Putri Utami	Perilaku Konsumtif Pada <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pendekatan kuantitatif</li> <li>➤ Teknik pengumpulan data metode skala</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ada hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis, maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif SPG dan sebaliknya semakin rendah gaya hidup hedonis semakin rendah pula perilaku konsumtif pada SPG.</li> </ul>
4.	Dinny Andriyani Wijaya	<i>Brand Ambassador</i> Sebagai Kapital Simbolik	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pendekatan kualitatif</li> <li>➤ Metode deskriptif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dalam hal ini SPG mengalami bentuk kekerasan simbolik oleh perusahaan. Pertama, pada tahap internal, perusahaan memberikan pelabelan dalam bentuk tingkatan SPG. Kedua, secara eksternal pengakuan SPG sebagai <i>brand ambassador</i> perusahaan bagi masyarakat, yang pada hakekatnya justru bentuk kebermanfaatan atas kapital wanita.</li> </ul>
5.	Novy Eka Rosiana	Mekanisme Bertahan <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pendekatan Kualitatif</li> <li>➤ Metode deskriptif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Terdapat tiga cara SPG <i>event</i> mempertahankan eksistensi ditengah permasalahan yang mereka hadapi. Pertama, melakukan penghematan. Kedua, melalui kegiatan swadaya. Ketiga, memanfaatkan jaringan yang dimiliki.</li> </ul>

Sumber: Diolah dari Penelitian Sejenis (2015)

Perbandingan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sejenis lainnya adalah ini mengkaji mengenai mekanisme bertahan yang dilakukan oleh SPG *event* dalam mempertahankan eksistensinya. Bagi penulis, pembahasan mengenai SPG tidak hanya berfokus pada perilaku ekonomi SPG meskipun penulis setuju bahwa pembahasan SPG tidak terlepas dari pembahasan mengenai ekonomi. Tetapi untuk mengimbangi perilaku ekonomi SPG maka diperlukan bagaimana mekanisme bertahan yang dilakukan SPG untuk dapat memenuhi perilaku ekonominya.

Perbandingan pertama terlihat dari jurnal yang ditulis oleh Dyah dan M. Jacky yang berjudul *Perilaku Konsumtif Mahasiswi yang Berstatus Sales Promotion Girl (SPG)* yang di dalamnya membahas mengenai perilaku konsumtif yang dilakukan SPG berstatus mahasiswi, begitupun dengan skripsi dari Herlin yang juga membahas mengenai perilaku konsumtif di kalangan SPG dengan judul *Perilaku Konsumtif Pada Sales Promotion Girl (SPG) Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis*. Berbeda dengan Dyah dan Herlin, jurnal yang ditulis oleh Lita yang berjudul *Potret Perilaku Sosial SPG (Sales Promotion Girl) Rokok Di Mata Masyarakat Kelurahan Benua Melayu Darat Kota Pontianak*, yang lebih membahas mengenai perilaku sosial SPG di mata masyarakat meskipun di dalamnya juga dibahas mengenai gaya hidup yang berpola pada perilaku konsumtif yang dilakukan SPG. Lainnya halnya lain dengan skripsi yang ditulis oleh Dinny Andriyani Wijaya yang berjudul *Brand Ambassador Sebagai Kapital Simbolik*, yang lebih membahas mengenai kapital yang dimiliki SPG serta bagaimana kekerasan simbolik yang dialami oleh



SPG.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah sama-sama membahas mengenai SPG, yang berbeda adalah fokus penelitiannya. Penelitian ini tidak berfokus pada perilaku konsumtif maupun kekerasan yang dialami oleh SPG tetapi justru mengisi kekurangan dari penelitian sebelumnya yaitu bagaimana SPG *event* harus mempertahankan eksistensinya ditengah permasalahan yang mereka hadapi. Selain itu penelitian ini juga membahas mengenai permasalahan SPG *event* baik dalam bidang ekonomi maupun bidang sosial, kemudian juga membahas relasi sosial SPG *event* dalam rangka membina hubungan sosial dilingkungan kerja.

#### **E. Kerangka Konseptual**

Ada empat kerangka konsep yang menjadi konsep dasar penelitian ini, di antaranya adalah:

##### **1. *Stereotype***

Secara sosiologis, cara pandang masyarakat terhadap laki-laki dan perempuan berbeda. Dalam konsep gender dikenal istilah *stereotype* yang secara umum didefinisikan sebagai pelabelan atau penandaan terhadap suatu kelompok tertentu. Salah satu *stereotype* ini bersumber dari pandangan gender.<sup>12</sup> Seperti laki-laki dipandang memiliki kekuatan yang lebih dibanding dengan perempuan baik secara fisik, psikologis maupun intelektual. Melekatnya sifat-sifat tersebut

---

<sup>12</sup>Mansour Fakih, *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), hlm. 16

disebabkan oleh konstruksi secara sosial. Sehingga laki-laki melekat dengan seseorang yang kuat, perkasa serta jantan sedangkan perempuan dianggap cantik, lembut, ramah dan serta penyabar.<sup>13</sup> Kontruksi sosial tersebut tidak hanya mengakibatkan pembagian peran di masyarakat tetapi juga berpengaruh terhadap dunia kerja. Perempuan sebagai kelompok gender memiliki identitas dengan jenis pekerjaan yang berdasar nilai-nilai feminis seperti yakni pekerjaan yang membutuhkan ketelitian, kelembutan serta keramahan.

Dalam penelitian ini penulis melihat bahwa pekerjaan sebagai SPG *event* merupakan pekerjaan yang telah dikonstruksi masyarakat sebagai pekerjaan yang sesuai dengan perempuan. Hal ini dapat dilihat dari persyaratan-persyaratan yang di standarisasikan oleh perusahaan dalam perekrutan SPG *event*. Seperti memiliki penampilan fisik yang menarik, memiliki sikap yang baik yaitu sikap lemah lembut serta ramah, dan juga memiliki komunikasi yang baik. Hal tersebut dalam pandangan masyarakat merupakan sifat yang dimiliki seorang perempuan. Selain itu, terlihat pula pada aturan-aturan yang diberikan oleh perusahaan terhadap SPG *event*, untuk menggunakan seragam yang cenderung *sexy* serta penggunaan *make up* ketika bekerja yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen.

---

<sup>13</sup>Tutik Sulistyowati, *Model Pemberdayaan Perempuan dalam Meningkatkan Profesionalitas dan Daya Saing untuk Menghadapi Komersialisasi Dunia Kerja*, Jurnal Perempuan dan Anak, Volume 1 Nomor 1, Januari 2015, hlm. 4

## 2. Sales Promotion Girl

Dalam bidang pemasaran, promosi penjualan memiliki peranan yang penting untuk mencapai tujuan dan usaha dagang yang bergerak dalam penjualan produk. Promosi penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan cara *personal selling*.

*“Personal selling refers to person-to-person communication in which a seller attempts to assist and/or persuade prospective buyers to purchase the company’s product, service or idea.”<sup>14</sup>*

Menurut Belch & Belch, *personal selling* mengacu pada komunikasi orang ke orang lain di mana penjual mencoba untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk perusahaan, layanan atau ide. *Personal selling* melibatkan pembangunan hubungan melalui komunikasi untuk tujuan menciptakan transaksi penjualan. Ini adalah situasi sosial yang melibatkan dua orang dalam pertukaran komunikasi. Sukses tergantung pada seberapa baik kedua belah pihak mencapai pemahaman bersama yang memungkinkan pemenuhan tujuan bersama melalui interaksi sosial.<sup>15</sup>

Dalam hal ini perusahaan menggunakan SPG sebagai orang yang dipercaya untuk melakukan *personal selling*. Profesi SPG biasanya memakai wanita yang mempunyai karakter fisik yang menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian konsumen. Menurut Semler, SPG adalah seorang perempuan

---

<sup>14</sup> Bassey Benjamin Esu, *Promoting an Emerging Tourism Destination*, (Global Journal of Management and Business Research, Vol. 10 Issue 1, February 2010), hlm. 25

<sup>15</sup> Murianki Morris Murithi, *Effects of Personal Selling on Sales: A Case of Women Groups in Imenti North District, Meru County, Kenya*, (International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 5, No. 1, Januari 2015), hlm. 42

yang direkrut oleh perusahaan untuk mempromosikan produk.<sup>16</sup> Parkinson mendefinisikan SPG sebagai orang yang mengadakan komunikasi dengan konsumen agar mau membeli produk secepatnya.<sup>17</sup> Dalam hal ini SPG merupakan ujung tombak dalam usaha mendorong tingkat penjualan suatu produk. Dengan semakin tinggi kemampuan SPG dalam menawarkan sebuah produk dan memamerkan keunggulan produknya dan kemampuan untuk menutupi kekurangannya semaksimal mungkin, maka calon konsumen akan segera mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Seperti profesi pada umumnya, menjadi seorang SPG tentu memiliki kriteria tersendiri. Adapun syarat yang harus dipenuhi oleh SPG diantaranya:<sup>18</sup>

*a. Performance*

*Performance* merupakan tampilan fisik yang dapat dilihat menggunakan penglihatan. Dalam perspektif ini, *performance* juga mengilustrasikan tentang pembawaan seseorang. Pembawaan ini diukur dari penampilan *outlook* (fisik) dan desain *dress code* (desain pakaian), ukuran dari pembawaan ini bersifat subyektif, di mana pemikiran setiap orang akan berbeda.

*b. Communicating Style*

Komunikasi mutlak harus terpenuhi oleh SPG karena melalui komunikasi ini akan mampu tercipta suatu interaksi antara konsumen dengan SPG.

Komunikasi ini diukur dari gaya bicara dan cara berkomunikasi. Pengukuran

---

<sup>16</sup>Ricardo Semler, *Revolusi Bisnis*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2010), hlm. 236

<sup>17</sup>D. Parkinson, *Gagasan-Gagasan Besar dalam Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm. 153

<sup>18</sup>Mujiasih Raharti, *Loc. Cit.*,

atas gaya komunikasi ini dikembalikan kepada konsumen karena bersifat subyektif.

c. *Body Language*

*Body language* ini lebih mengarah pada keadaan fisik (lemah lembut, lemah gemulai, dan lain-lain). Gerak tubuh ketika menawarkan produk dan sentuhan fisik (*body touch*) adalah deskripsi dari *body language* ini. Pengukuran atas *body language* ini dikembalikan kepada konsumen karena bersifat subyektif.

Paras cantik, tubuh ideal, kulit bersih, penampilan menarik, komunikatif, serta cerdas merupakan syarat pendukung untuk suatu citra perusahaan. Namun *attitude, knowledge, skill* juga sangat berperan dalam profesi sebagai SPG. Tanpa hal-hal tersebut seorang SPG tidak akan menjalankan fungsinya secara optimal. *Attitude* merupakan hal yang paling didahulukan sebab hal ini yang akan menentukan sejauh apa perkembangan seseorang.

### **3. Mekanisme Bertahan**

Layaknya makhluk lain, manusia memiliki naluri untuk mempertahankan hidupnya untuk hidup yang lebih lama. Usaha ini dikendalikan oleh aturan kehidupan yaitu, mampu hidup dalam kondisi apapun yang lebih berkualitas. Hal ini merupakan ide dasar dari bertahan hidup. Untuk dapat meraih tujuan ini, seseorang harus memiliki berbagai macam taktik untuk hidup. Agar dapat memahami apa itu strategi bertahan hidup, seseorang harus dapat memahami

konsep dari strategi itu sendiri.

Strategi bertahan hidup sebenarnya dibangun pada level individu, namun tujuannya untuk memperoleh ketahanan dan stabilitas bertahan hidup rumah tangga. Bertahan hidup bisa dipandang sebagai pemasukan dalam bentuk uang atau sumber-sumber kehidupan agar seseorang dapat melanjutkan eksistensinya. Strategi bertahan hidup tentunya memiliki banyak perbedaan. Setiap individu maupun suatu keluarga memiliki strategi dan cara bertahan hidup berbeda-beda sesuai dengan kemampuan dan kultur sosial di mana mereka tinggal. Salah satu strategi bertahan hidup (*survive*) dikenal dengan sebutan *coping strategies*, yang dapat dipahami sebagai cara untuk mengatasi kesulitan hidup.

Erik Snel dan Richard Staring mendefinisikan strategi bertahan hidup sebagai berikut:

*“We use the term coping strategies here to refer to all the strategically selected acts that individuals and households in a poor socioeconomic position use to restrict their expenses or earn some extra income to enable them to pay for the basic necessities (food, clothing, shelter) and not fall too far below their society’s level of welfare.”<sup>19</sup>*

Menurut Erik Snel dan Richard Staring strategi bertahan hidup dirumuskan sebagai rangkaian tindakan yang dipilih secara sadar oleh individu dan rumah tangga yang miskin secara sosial ekonomi. Melalui strategi ini seseorang bisa berusaha untuk menambah ataupun mengurangi penghasilan lewat pemanfaatan sumber-sumber lain ataupun mengurangi pengeluaran lewat pengurangan

---

<sup>19</sup>Erik Snel and Richard Staring, *Poverty, migration, and coping strategies: an introduction*, *Focaal - European Journal of Anthropology* No. 38, 2001, hlm. 10-11

kuantitas dan kualitas barang atau jasa. Penjelasan Snel dan Staring di atas menunjukkan bahwa seseorang akan berusaha untuk *survive* melalui suatu tindakan yang dipilih dan dilakukannya dengan penuh kesadaran. Maksudnya, bahwa seseorang yang ingin tetap bertahan hidup, tentu ia akan melakukan sebuah usaha atau upaya dengan perkiraan-perkiraan dan pikiran yang jernih. Upaya-upaya yang dilakukan pada akhirnya akan dijadikan sebagai representasi bagi setiap masing-masing individu atau keluarga agar dapat menambah penghasilan mereka. Dengan menjatuhkan terhadap suatu pilihan dalam rangka agar bisa *survive* tentunya hal tersebut juga akan dilakukan secara sadar dengan tujuan untuk menanggulangi kehidupan mereka.

Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa konsep utama yang mendasari manusia untuk memilih dan melakukan suatu tindakan yaitu ketika realitas hidupnya mendapatkan ketidaksesuaian. Manusia dengan segala kemampuan dan kelebihan yang dimilikinya mereka pasti akan melakukan upaya-upaya untuk dapat mempertahankan hidupnya. Setiap sisi hidup yang melingkupi dirinya, pada dasarnya cukup menjadi modal untuk melakukan perubahan-perubahan yang berarti. Bagi masyarakat, tumbuhnya naluri mempertahankan hidup (*survival of spirit*) merupakan sebuah arti penting untuk menginterpretasikan suatu realitas. Karenanya di tengah keterbatasan-keterbatasan yang menghimpit kehidupan manusia, selalu ada sisi dan peluang untuk terus bergerak dan berubah agar bisa tegak dan bertahan.

Etika subsistensi merupakan salah satu teori yang dikemukakan James C. Scott mengenai prinsip “*dahulukan selamat: ekonomi subsistensi*” bahwa petani lebih mengutamakan menanam tanaman kebutuhan subsisten untuk dikonsumsi sendiri, keselamatan utama keluarganya daripada mereka memperoleh keuntungan, setiap musim bergulat dengan lapar dengan segala konsekuensi, mempunyai pandangan yang sedikit berbeda tentang pengambilan resiko keluarga petani yang harus hidup dengan lahan-lahan yang kecil di daerah yang terlalu padat penduduknya akan bekerja keras dan lama agar tetap bisa mempertahankan kebutuhan subsistensinya.

Dalam konsep mekanisme bertahan yang dipopulerkan oleh James C. Scott, bahwa ada tiga cara yang dilakukan masyarakat untuk bertahan hidup pada masa sulit, yaitu:<sup>20</sup>

1. Mengurangi pengeluaran (penghematan) untuk pangan dengan jalan makan hanya sekali sehari dan beralih ke makanan yang mutunya lebih rendah. Scott mengistilahkan pengurangan pengeluaran yakni mengikat sabuk lebih kencang.
2. Menggunakan alternatif subsistensi yaitu kegiatan swadaya yang mencakup kegiatan seperti berjualan kecil-kecilan, bekerja sebagai tukang, sebagai buruh lepas, atau melakukan migrasi untuk mencari pekerjaan.
3. Meminta bantuan dari jaringan sosial seperti sanak saudara, kawan-kawan sedesa, atau memanfaatkan hubungan dengan pelindungnya

---

<sup>20</sup>James C. Scott, *Moral Ekonomi Petani*, (Jakarta: LP3ES, 1981), hlm. 40



(patron), dimana ikatan patron dan kliennya (buruh) merupakan bentuk asuransi di kalangan petani. Patron menurut definisinya adalah orang yang berada dalam posisi untuk membantu klien-kliennya. Patron dalam kehidupan petani adalah pemilik modal yang dapat membantu kesulitan keuangan yang dihadapi petani.<sup>21</sup>

Penelitian ini mengadaptasi penelitian Scott mengenai cara-cara seorang orang bertahan hidup ketika dalam masa sulit. Tetapi pada konteks penelitian ini tidak membahas mengenai petani seperti yang dijelaskan oleh Scott. Penelitian ini menggunakan para *SPG event* sebagai subyek penelitiannya. Jika melihat kembali penelitian yang dilakukan Scott, terdapat perbedaan yang signifikan antara subyek penelitian Scott dengan subyek penelitian yang dipilih penulis. Namun dalam penelitian ini penulis ingin memberi argumentasi mengenai konsep mekanisme bertahan yang diungkapkan oleh Scott terhadap penelitian yang penulis lakukan.

Penulis melihat bahwa ada persamaan antara petani dengan *SPG event* dalam mempertahankan eksistensinya. *SPG event* juga menggunakan mekanisme bertahan yang diungkapkan oleh Scott, meskipun para *SPG event* tidak pada konteks keluarga petani. Para *SPG event* memiliki berbagai cara atau strategi untuk dapat bertahan apabila terjadi kendala yang tidak diinginkan. Salah satunya dengan cara berdagang dan berjualan. Berbagai motif dibalik tindakan sosial yang dipilih oleh para *SPG event* merupakan sebuah cara

---

<sup>21</sup>*Ibid.*, hlm. 40

yang dilakukan mereka untuk mempertahankan eksistensinya tanpa harus bergantung pada keluarga.

#### **4. Jaringan Sosial**

Sebagai makhluk sosial, manusia hidup bersama dengan orang lain. Oleh sebab itu, dalam hidupnya individu selalu ingin melakukan interaksi sosial dengan individu lainnya. Interaksi sosial antar individu tersebut mengkristal menjadi suatu hubungan sosial. Hubungan sosial yang terus menerus antar individu menghasilkan jaringan sosial diantara mereka. Pada dasarnya setiap individu sebagai makhluk sosial akan selalu dihubungkan dengan jaringan sosial yang kompleks. Dalam hal ini jaringan sosial yang dimaksud tidak hanya dibangun dalam lingkungan masyarakat, tetapi juga dalam lingkungan kerja salah satunya profesi SPG.

Jaringan sosial melihat hubungan antar individu yang memiliki makna subyektif yang berhubungan atau dikaitkan dengan sesuatu sebagai simpul dan ikatan. Simpul dilihat melalui actor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan merupakan hubungan antar para aktor tersebut.<sup>22</sup> Melalui jaringan sosial, aktor-aktor berhubungan satu sama lain dengan ikut serta dalam tindakan yang resiprositas (hubungan timbal-balik) dan melalui hubungan ini pula diperoleh keuntungan yang saling memberikan apa yang dibutuhkan satu sama lain. Dan pada akhirnya, memberikan pengaruh positif bagi eksistensi mereka. Jaringan

---

<sup>22</sup>Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2009), hlm. 158

sosial ini terbentuk berdasarkan kepentingan atau ketertarikan individu yang sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini jaringan sosial yang dibangun dalam lingkungan kerja dilakukan atas dasar kepercayaan yang dibentuk oleh SPG *event* dengan EO maupun dengan SPG lain. Sebagaimana diungkapkan oleh Damsar bahwa dengan adanya jaringan sosial aktor-aktor dalam suatu rangkaian jaringan dihubungkan, direkat atau diikat oleh unsur kepercayaan antara satu dengan yang lainnya. Sehingga individu-individu ikut serta dalam tindakan resiprositas dan melalui hubungan itu pula diperoleh kesepakatan “dapat bahagian”, informasi dan sumber daya.<sup>23</sup>

Oleh karena itu dalam memahami jaringan sosial SPG *event* dapat ditunjukkan melalui keterkaitan hubungan-hubungan sosial SPG *event* dengan EO maupun dengan SPG lain dalam rangka mempertahankan pekerjaan mereka. Jaringan sosial ini dimanfaatkan untuk memperoleh informasi-informasi pekerjaan yang berfungsi untuk mempertahankan eksistensinya. Hal ini diungkapkan oleh Mitchall yang mengartikan jaringan sosial sebagai seperangkat hubungan khusus atau spesifik yang terbentuk diantara kelompok orang. Karakteristik hubungan tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk menginterpretasi motif-motif perilaku sosial dari orang-orang yang terlibat didalamnya. Hubungan-hubungan sosial yang dilakukan individu tersebut merupakan suatu upaya untuk mempertahankan keberadaannya.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>*Ibid.*, hlm. 167-168

<sup>24</sup>Kusnadi, *Nelayan: Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial*, (Bandung: Humaniora Utama Press,

Untuk memahami jaringan sosial dalam penelitian ini memperlihatkan, jaringan sosial dalam pekerjaan, di mana jaringan sosial memainkan peranan penting dalam alokasi pekerjaan dalam pasar tenaga kerja.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini SPG event memanfaatkan jaringan sosial yang mereka miliki, baik jaringan sosial horizontal maupun jaringan sosial vertikal untuk mengakses informasi ketersediaan suatu pekerjaan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Powell dan Smith-Doer bahwa studi jaringan sosial biasanya dikaitkan dengan bagaimana pribadi-pribadi berhubungan antara satu sama lain dan bagaimana ikatan afiliasi melayani baik sebagai pelicin dalam memperoleh sesuatu yang dikerjakan, sebagai jembatan untuk memudahkan hubungan antara satu pihak dengan pihak lainnya, maupun sebagai perekat yang memberikan tatanan dan makna pada kehidupan sosial.<sup>26</sup>

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian jenis ini mementingkan makna dan tidak ditentukan oleh kuantitasnya. Data yang diperoleh berwujud kata-kata dalam kalimat atau gambaran yang mempunyai arti lebih dari sekedar angka atau jumlah. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan

---

2000), hlm. 13

<sup>25</sup>Damsar, Op.Cit., hlm.169

<sup>26</sup>*Ibid.*, hlm. 159

angka-angka.<sup>27</sup> Dengan demikian, hasil penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut.

Data tersebut mungkin berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penulisan laporan, penulis menganalisis data yang sangat kaya tersebut dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya.<sup>28</sup> Metode kualitatif deskriptif dipilih dalam penelitian ini, karena dianggap cocok dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini akan diberikan gambaran yang cukup rinci, di mana penulis akan menggambarkan subyek penelitian, menjelaskan mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* di perkotaan.

Dalam hal ini, bagaimana problematika dalam bidang sosial maupun ekonomi yang dihadapi oleh SPG *event* dalam dunia kerja, serta bagaimana strategi SPG *event* untuk menghadapi problematika yang terjadi dalam rangka mempertahankan eksistensi. Pemilihan keempat informan yakni empat orang SPG *event* dengan latar belakang status yang berbeda. Setelah melakukan deskripsi mengenai kehidupan SPG *event*, penulis melakukan analisa terhadap hasil deskripsi yang didapat melalui penelitian dengan konsep dan teori yang ada.

---

<sup>27</sup>Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 11

<sup>28</sup>*Ibid.*

## 2.Subyek Penelitian

Penulis dalam penelitian ini, melihat Mekanisme Bertahan yang dilakukan oleh SPG *Event* sebagai analisis. Subyek penelitian adalah orang-orang dari kelompok sasaran penelitian yang banyak mengetahui dan dapat memberi informasi lengkap dan jelas tentang apa yang diperlukan oleh peneliti.<sup>29</sup> Untuk penentuan informan dalam penelitian kualitatif dilakukan secara *purposive*. Sesuai dengan namanya, informan diambil sebagai informan karena penulis menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Informan dipilih berdasarkan penilaian penulis bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya. Oleh karena itu menurut penilaian penulis, informan akan dibagi dari dua pihak.

Pihak informan pertama berasal dari empat SPG *event* dengan latar belakang status yang berbeda. Satu orang di antaranya berstatus sebagai mahasiswi, satu orang berstatus sebagai *single parent*, satu orang berstatus ibu rumah tangga, satu orang berstatus lajang. Produk yang dibawa bermacam-macam seperti produk makanan, minuman, *provider*, kosmetik, rokok dan otomotif. Sedangkan untuk pihak informan kedua berasal dari pihak *Event Organizer* yaitu *Team Leader* atau yang biasa disebut TL dan juga dari pihak perusahaan. Data yang diperoleh dari informan inilah yang kemudian dijadikan data primer. Untuk data sekunder, penulis mendapatkannya dari sumber data

---

<sup>29</sup> Sigit Soehardi, *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*, (Yogyakarta: FE, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 2003), hlm. 239

yang mendukung seperti buku, jurnal, tesis dan skripsi sebagai referensi tambahan.

**Tabel 1.2**  
**Karakteristik Informan**

No.	Informan	Status	Klasifikasi
1.	AG	Team Leader	Informan Kunci
2.	AT	Pihak Perusahaan	Informan Kunci
2.	AD	Mahasiswi	Informan Utama
3.	BS	Orang tua Tunggal	Informan Utama
4.	DA	Ibu Rumah Tangga	Informan Utama
5.	OE	Lajang	Informan Utama

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

### **3. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di beberapa daerah di Jakarta. Pertama, penulis menemui informan pada tempat yang ditentukan oleh informan yaitu di kawasan Rawamangun yang berada di daerah Jakarta Timur. Kawasan Rawamangun dipilih oleh informan sebagai tempat di mana penulis bisa melakukan wawancara dengan salah satu informan. Kedua, penulis menemui informan di kawasan Sudirman di daerah Jakarta Selatan. Kawasan Sudirman juga ditentukan oleh informan sebagai tempat informan dapat melakukan wawancara mengenai informasi yang penulis butuhkan sebagai sumber data penelitian.

Selanjutnya, penelitian ini dilakukan di Pejaten yang berlokasi di daerah Jakarta Selatan dan Central Park yang berlokasi di daerah Jakarta Barat. Pejaten dan Central Park juga merupakan tempat yang ditentukan informan sebagai

tempat di mana penulis bisa mencari informasi mengenai sumber data penelitian penulis. Alasan informan memilih lokasi tersebut adalah bahwa kawasan tersebut merupakan tempat di mana informan bekerja. Terakhir, penelitian dilakukan di kawasan Cilandak di daerah Jakarta Selatan. Kawasan Cilandak merupakan tempat di mana penulis bisa mewawancarai informan kunci sebagai sumber triangulasi data yang dibutuhkan dalam penelitian yang dilakukan penulis. Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret sampai bulan Mei 2015. Kemudian penelitian dilakukan kembali pada bulan November 2015.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian yang akan dilakukan penulis, diperlukan metode pengumpulan untuk memperoleh data-data di lapangan sesuai dengan tema penelitian. Sehingga penulis bermaksud untuk menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

##### **a. Observasi**

Dalam melakukan penelitian ilmiah, metode observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang akan diamati atau diteliti.<sup>30</sup> Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengamati dengan mewawancarai SPG *event* terkait dengan kehidupan mereka, problematika apa saja yang mereka hadapi serta bagaimana strategi yang dilakukan untuk mengatasi

---

<sup>30</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Jakarta: Yasbit Fakultas Psikologi UGM, 1982), hlm. 42



problematika mereka secara langsung untuk mendapatkan data yang akurat dan mendalam terkait dengan topik penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>31</sup> Dalam menggunakan teknik wawancara yang mendalam ini, penulis dapat memperoleh secara mendetail mengenai informasi SPG *event* yang menjadi informan dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan melihat data yang terdapat dalam bentuk tulisan. Misalnya, dokumen, peraturan-peraturan tertulis, majalah, foto, dan sebagainya.<sup>32</sup> Metode ini penting dalam penelitian ini, sebagai bahan referensi yang dibutuhkan dalam penelitian yang penulis lakukan.

## 5. Peran Peneliti

Peran peneliti dalam penelitian ini adalah bertindak sebagai orang yang meneliti langsung terhadap realitas social atau fakta yang ada di lapangan. Menurut Creswell dalam buku yang berjudul “*Research Design Qualitative and*

---

<sup>31</sup>Lexy J. Moleong, *Op.Cit.*, hlm 186

<sup>32</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 135

*Quantitative Approaches*” mengatakan bahwa “penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretatif. Sehingga bias, nilai dan penilaian penulis dinyatakan secara tegas dalam laporan penelitian”.<sup>33</sup> Oleh karena itu, penulis terjun langsung dan menyaksikan secara langsung bagaimana para SPG *event* melakukan pekerjaannya seperti berdiri, menawarkan produknya, menjelaskan keunggulan dari produknya hingga pembeli merasa tertarik dan memutuskan untuk membelinya namun tidak sedikit pula dari mereka yang enggan membeli meskipun telah ditawarkan.

## **6. Keterbatasan Penelitian**

Proses penelitian berjalan lancar, meskipun terdapat beberapa kendala yang dirasakan penulis yaitu ketika berusaha untuk mencari informasi dari pihak TL serta pihak perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi mengenai hubungan kerja EO dengan perusahaan merupakan hal yang bersifat rahasia. Namun setelah penulis berkomunikasi dengan pihak EO serta perusahaan mereka bersedia untuk diwawancarai serta memberikan informasi kepada penulis.

## **7. Triangulasi Data**

Triangulasi data berguna untuk menguji apakah data yang didapat benar-benar sesuai dengan fakta yang ada yang didapatkan di lapangan. Dalam teknik triangulasi sebetulnya fungsi pengecekan sangat penting. Hal ini terakait

---

<sup>33</sup>John W. Creswell, *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*, (London: Sage Publications, Inc, 1994), hlm. 138

bagaimana penulis mencoba untuk mencari kebenaran data yang diperoleh. Dalam buku Creswell, Merriam menjelaskan bahwa “triangulasi terkait bagaimana penelitian akan menyoroti masalah keabsahan internal, kekuatan informasi dan apakah penelitian tersebut sesuai dengan realita”.<sup>34</sup> Penulis melakukan pengecekan ulang tentang kebenaran data, terutama yang terkait dengan problematika yang dialami oleh SPG *event* yang melibatkan pihak EO di dalamnya terkait dengan triangulasi data. Dalam triangulasi ini penulis lakukan dengan melakukan konfirmasi kebenaran kepada salah satu pihak perusahaan yang netral. Dengan demikian kebenaran data yang diperoleh penulis dapat dipertanggung jawabkan.

#### **G. Sistematika Penelitian**

Penulisan hasil laporan ini terdiri atas: satu bab pendahuluan, tiga bab uraian empiris, dan satu bab penutup yang berisi kesimpulan dan rekomendasi singkat. Penulis menyusun sistematika penulisan penelitian dalam bab atau sub bab yang akan dijabarkan dibawah ini, yakni:

**Bab I** adalah Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah penelitian. Dalam bagian ini penulis akan menjelaskan mengenai masalah-masalah yang ada mengenai kehidupan SPG serta alasan mengapa masalah tersebut diangkat. Setelah itu terdapat juga penjelasan mengenai kerangka konseptual yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini. Manfaat dan tujuan penelitian, tinjauan penelitian sejenis,

---

<sup>34</sup>Robert K. Yin, *Studi Kasus, Desain dan Metode*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 147

metode penelitian, hingga keterbatasan penulisan juga ditulis di dalam bab ini. Bab satu ditulis sebagai pengantar atau acuan dalam melakukan proses penelitian ini.

**Bab II** adalah Konteks Sosial Ekonomi SPG *Event*. Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai konteks ekonomi SPG *event*, kemudian juga akan dijelaskan mengenai konteks sosial budaya SPG *event*, serta penjelasan mengenai gambaran struktur kerja SPG *event*, yang di dalamnya juga membahas pola rekrutmen serta pola kerja SPG *event*.

**Bab III** adalah temuan penelitian. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan tentang profil keempat informan yang menjadi SPG *event*, termasuk problematika baik dalam bidang sosial maupun ekonomi yang dialami dalam profesinya sebagai SPG *event*. Dalam bab ini juga akan membahas mengenai relasi sosial yang dibangun SPG *event* dalam lingkungan kerja.

**Bab IV** adalah Mekanisme Bertahan SPG *Event*, yaitu berisikan analisis temuan lapangan dengan menggunakan konsep. Terdapat lima subbab di dalam bab ini. Subbab pertama membahas kecantikan sebagai eksistensi SPG *event* dalam dunia kerja. Subbab kedua membahas mengenai kerentanan SPG *event* dalam dunia kerja. Subbab ketiga akan membahas mengenai mekanisme ekonomi. Subbab keempat akan membahas mengenai mekanisme alternative subsistensi. Subbab terakhir akan membahas mengenai mekanisme jaringan.

**Bab V** merupakan bab penutup dari penulisan ini. Bab ini berisikan dua sub bab, yakni kesimpulan dan juga saran. Isi dari subbab kesimpulan adalah inti-inti dari

penelitian, yaitu problematika keempat informan dalam pekerjaannya sebagai SPG *event* dan bagaimana mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* dalam mempertahankan eksistensi. Pada subbab saran berisikan masukan untuk keempat informan serta pihak EO yang terkait.

## **BAB II**

### **KONTEKS SOSIAL EKONOMI SPG *EVENT***

#### **A. Pengantar**

Pada umumnya perusahaan memilih perempuan untuk dijadikan sebagai *sales*, sehingga muncul istilah *Sales Promotion Girl* (SPG) yang dengan mudah bisa kita temukan di pusat-pusat perbelanjaan. Maka dapat dikatakan SPG merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan karena SPG yang memperkenalkan dan menjual produk kepada konsumen. Oleh karena itu, pada bab ini penulis akan mendeskripsikan gambaran mengenai dunia kerja SPG. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan dan juga mempermudah pembaca untuk memahami lebih dalam mengenai dunia SPG yang akan dijelaskan dalam skripsi ini. Pembahasan ini akan lebih spesifik kepada SPG *event*.

Bab ini memaparkan tentang konteks sosial ekonomi dunia SPG *event*. Pada subbab pertama penulis akan mengulas secara singkat konteks ekonomi SPG *event* yang di dalamnya menjelaskan mengenai profesi SPG *event* serta ketertarikan perempuan untuk bekerja sebagai SPG *event*. Selanjutnya pada subbab kedua penulis akan membahas konteks sosial budaya SPG *event* yang ditinjau dari pengalaman SPG *event* ketika bekerja. Terakhir penjelasan akan dilanjutkan dengan gambaran struktur kerja SPG *event* yang ditinjau dari pola rekrutmen serta pola kerja yang dijalani SPG *event*.

## **B. Konteks Ekonomi SPG Event**

Tuntutan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup, memotivasi perempuan untuk terjun dalam dunia kerja demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu profesi yang banyak dipilih oleh perempuan adalah *Sales Promotion Girl* (SPG) yang dianggap pilihan paling tepat untuk mereka geluti ditengah sulitnya mencari pekerjaan. Oleh karena dapat mengandalkan penampilan fisik serta kemampuan berkomunikasi yang baik. Profesi ini kemudian didukung oleh kebutuhan perusahaan akan sumber daya untuk melakukan promosi yang berkaitan langsung dengan konsumen. Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini persaingan di dunia bisnis begitu ketat sehingga berbagai cara dilakukan perusahaan untuk mempertahankan dan membuat maju usaha yang mereka geluti, salah satunya adalah melalui promosi produk oleh SPG.

Retnasih mendefinisikan SPG sebagai seorang perempuan yang direkrut oleh perusahaan untuk mempromosikan produk. Namun pendapat ini melihat keberadaan SPG dari fungsinya yaitu sebagai pihak presenter dari suatu produk. Lebih lanjut pendapat ini mengilustrasikan bahwa tugas utama dari SPG adalah promosi produk.<sup>35</sup> Dalam kaitannya dengan penelitian ini ketika memilih SPG pun perusahaan memiliki standarisasi yang telah ditentukan. Perusahaan tidak dengan sembarangan menerima setiap perempuan yang melamar pekerjaan sebagai SPG. Hal ini disebabkan bahwa SPG merupakan presenter dari suatu produk dan wakil dari perusahaan yang akan mencerminkan citra diri perusahaan. Sehingga tidak heran apabila perempuan

---

<sup>35</sup>Ratna Retnasih, *SPG Dalam Berbagai Perspektif*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 23

dijadikan garda terdepan dalam promosi penjualan sebuah produk. Perempuan dirasa cocok dengan sifat mendasar perempuan yang cenderung lebih menarik, lebih sabar, pendengar yang baik dan lain sebagainya.

SPG sebagai bagian dari kampanye produk suatu perusahaan melakukan pekerjaannya secara bervariasi, hal itu membuat jenis SPG juga beragam. Ada SPG yang bekerja secara tetap, ada pula yang hanya bekerja pada suatu *event* tertentu. Berikut penulis bedakan jenis SPG yang digunakan oleh perusahaan sebagai kampanye produk:

**Tabel 2.1**  
**Klasifikasi SPG**

No.	SPG	Waktu Bekerja	Kontrak Kerja	Gaji	Keterangan
1.	<i>Reguler</i>	26 hari kerja/bulan	Ada	UMR	SPG di <i>Departement Store, Carrefour</i>
2.	<i>Event</i>	Tidak menentu	Tidak ada	± Rp 150.000,- hari	SPG di PRJ

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Berdasarkan tabel 2.1 klasifikasi jenis SPG, SPG yang bekerja secara tetap kerap kali disebut sebagai SPG *reguler*, yang bekerja pada suatu perusahaan dengan kontrak kerja minimal 3 bulan dan waktu kerja selama 26 hari. Setiap harinya mereka harus melakukan pekerjaan mereka yaitu menawarkan jenis produk tertentu. Sistem penggajian yang diterima SPG *reguler* adalah bulanan dan biasanya sejumlah UMR (Upah Minimum Regional) ditambah dengan bonus hasil penjualannya selama sebulan apabila melampaui target. Seperti SPG yang berada di *Departement Store*



dan *Carrefour*.

Sedangkan untuk SPG yang bekerja pada suatu *event* tertentu kerap kali disebut dengan *SPG event*. *SPG event* merupakan yang paling menarik perhatian mereka yang ingin mencoba profesi SPG. Hal ini disebabkan seorang *SPG event* tidak dituntut untuk bekerja sebulan penuh dan secara berkelanjutan. *SPG event* ini bekerja hanya ketika perusahaan membutuhkan, ada yang satu hari kerja, tiga hari kerja, satu minggu bahkan satu bulan sesuai dengan kesepakatan dengan perusahaan. Dengan kata lain, waktu bekerja *SPG event* adalah tidak menentu. Maka itulah yang membuat mereka kerap disebut sebagai *SPG event*. Bekerja sebagai *SPG event* membuat mereka tidak terikat dengan satu perusahaan, sehingga ketika sudah selesai dalam suatu *event*, maka mereka berhak mendaftarkan diri menjadi SPG produk lain. Berikut penulis menggambarkan skema yang menjelaskan beberapa motif perempuan yang memilih bekerja sebagai *SPG event*.

**Skema 2.1**  
**Motif Perempuan sebagai SPG Event**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Profesi sebagai SPG *event* menjadi daya tarik bagi kebanyakan perempuan sebagai sumber penghasilannya. Banyak alasan mengapa profesi SPG *event* kini diminati oleh perempuan mulai dari mahasiswi hingga mereka yang sudah berkeluarga. Bayangan akan imbalan yang besar menjadi salah satu motivasi mereka untuk memilih profesi sebagai SPG *event*. Di duga pekerjaan sebagai SPG *event* ini memberikan masukan minimal sebesar Rp 150.000,-/*shift* atau selama delapan jam kerja atau bahkan lebih besar, tergantung besarnya suatu *event* dan jenis produk apa yang dipasarkan.

Dapat dibayangkan apabila *event* tersebut berlangsung selama seminggu mereka dapat mengantongi minimal sebesar Rp 1.000.000,- sekali *event*. Perusahaan menganggap imbalan yang diterima SPG *event* dianggap wajar. Hal ini dikarenakan terdapat standarisasi tertentu seperti penampilan menarik, sikap dan kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga tidak sembarangan perempuan bisa mendapatkan kesempatan untuk menjadi SPG *event*. Dengan demikian, pemenuhan kebutuhan mereka dapat terpenuhi baik kebutuhan fisiologis maupun kebutuhan sosialnya.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa SPG *event* hanya bekerja pada suatu *event* tertentu dan tidak terikat pada suatu kontrak. Mereka tidak diharuskan bekerja setiap hari, tetapi disesuaikan dengan jadwal yang mereka bisa. Kaitannya dengan waktu, biasanya jadwal bekerja SPG *event* terbagi menjadi tiga *shift*. *Shift* pagi yaitu pukul 09.00, *shift middle* yaitu pukul 12.00 dan terakhir *shift* siang yaitu pukul 14.00. *Shift middle* digunakan hanya ketika SPG *event* bekerja

sendiri dan tidak memiliki *partner* dalam bekerja. Bagi mahasiswa, pekerjaan SPG *event* ini sangat menguntungkan karena dapat disesuaikan dengan jadwal perkuliahannya. Begitu pun dengan perempuan yang telah berkeluarga, di mana mereka harus dapat membagi waktu untuk keluarga.

Bekerja sebagai SPG *event* menjadikan mereka lebih mandiri dikarenakan mereka tidak mengandalkan penghasilan dari orangtua bagi mereka yang masih mahasiswa. Karena mereka memiliki penghasilan sendiri dari pekerjaannya sebagai SPG *event* sehingga dapat memenuhi kebutuhan kuliahnya tanpa harus merepotkan orang tua. Sedangkan untuk mereka yang telah berumah tangga, mereka justru dapat membantu menambah penghasilan suami dari penghasilan yang didapatkan dari pekerjaannya sebagai SPG *event*. Sehingga mereka tidak perlu mengandalkan penghasilan yang didapatkan suami untuk memenuhi kebutuhan sosialnya.

Selain itu, tidak diperlukannya tingkat pendidikan yang tinggi pun menjadi ketertarikan perempuan untuk menjadi SPG *event*. Beberapa SPG *event* menganggap bahwa minimal pendidikan yang menjadi syarat dari perusahaan adalah tingkat pendidikan SMA, sehingga mereka yang tidak memiliki jenjang pendidikan perguruan tinggi merasa memiliki kesempatan untuk bisa menjadi SPG *event* dengan iming-iming imbalan yang besar. Bermodalkan penampilan fisik, sikap yang baik serta kecakapan berkomunikasi, mereka bisa menjadi SPG *event* dengan penghasilan yang lumayan.

Tekanan untuk memenuhi kebutuhan hidup sendiri tanpa mengandalkan orang

lain, menyebabkan mereka terjun pada profesi yang mengutamakan penampilan fisik, kemampuan komunikasi serta etika ini. Berbagai alasan menjadikan SPG *event* sebagai pekerjaan yang mereka geluti. Meskipun terdapat standarisasi yang diberikan oleh perusahaan tidak menjadikan mereka mundur untuk menjadi SPG *event*. Hal ini disebabkan untuk memenuhi kebutuhan fisiologis maupun kebutuhan sosial membutuhkan uang yang tidak sedikit, sehingga profesi ini dianggap sebagai profesi yang strategis untuk mereka geluti.

### **C. Konteks Sosial Budaya SPG Event**

Ketika perempuan memutuskan untuk menjadi seorang SPG *event*, tentunya mereka telah mengetahui konsekuensi yang akan diterima dari pekerjaannya. Sebagaimana yang telah disinggung sebelumnya bahwa untuk menjadi SPG *event* yang menjadi syarat utamanya memiliki penampilan fisik yang menarik dan tentunya cantik. Tujuannya adalah agar SPG *event* mampu menarik perhatian konsumen. Namun, sebagian orang melihat SPG *event* sebagai suatu pekerjaan yang negatif. Hal ini disebabkan tuntutan pekerjaan yang mengharuskan SPG *event* untuk menjaga penampilanya.

Ketika berbicara mengenai seorang SPG *event*, mereka identik dengan *blush on* dan *make up* yang tebal serta *lipstick* yang mencolok mata sebagai profesionalitas kerjanya. Oleh karena pekerjaan SPG *event* adalah mengenalkan, menjelaskan dan menawarkan secara langsung jenis produk tertentu agar konsumen tertarik untuk membelinya, sehingga penampilan dianggap sebagai sesuatu yang dibutuhkan untuk

menunjang hal tersebut. Tidak hanya *make up* yang tebal serta *lipstick* yang mecolok mata, tuntutan sebagai SPG *event* pun terlihat dari seragam yang mereka gunakan. Perusahaan menentukan seragam sedemikian rupa lagi-lagi dengan tujuan yang sama yaitu menarik perhatian konsumen.

Namun, ternyata tuntutan pekerjaan yang dijalankan oleh SPG *event* tidak hanya berimplikasi pada hal positif seperti meningkatnya penjualan tetapi juga berimplikasi pada pandangan negatif masyarakat terhadap SPG *event*. Penggunaan *make up* yang berlebihan serta penggunaan seragam yang *sexy* cenderung menonjolkan lekuk tubuh acap kali dicitrakan sebagai hal yang negatif. Terlebih lagi ketika mereka menawarkan konsumen terutama laki-laki dengan gaya bicara lemah gemulai atau menggoda, tidak jarang mereka akan menerima sindiran maupun pandangan yang tidak mengenakan dari sang istri karena mereka dianggap tidak sopan dan menggoda sang suami.<sup>36</sup>

Bukan hanya pandangan masyarakat yang mencitrakan SPG *event* negatif. Penampilan yang sengaja menonjolkan kecantikan wajah dan kemolekan tubuh ini pun masih memiliki banyak resiko. Tidak sedikit SPG *event* yang akibat dandannya itu kemudian menjadi sasaran pelecehan seksual dari laki-laki. Pelecehan seksual itu utamanya berupa tindakan yang menggoda, mendekati, meminta nomor telepon seluler, meminta PIN Blackberry, hingga mencolek bagian tubuh SPG *event*.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup>Hasil wawancara dengan AD di daerah Rawamangun, Jakarta Timur pada tanggal 3 April 2015 pukul 14.00 WIB

<sup>37</sup>Hasil wawancara dengan BS di daerah Sudirman, Jakarta Selatan pada tanggal 29 April 2015 pukul 19.00 WIB

Anggapan bahwa SPG *event* memiliki sikap tidak sopan dan berpakaian adalah bentuk adopsi dari masyarakat terlebih lagi dengan adat bangsa yang ketimuran yang masih memegang erat norma sosial dan agama. Maka tidak heran apabila SPG *event* kerap menjadi objek godaan kaum adam yang cenderung usil serta cemoohan sebagian masyarakat.<sup>38</sup> Namun meskipun mendapatkan stigma negatif dari masyarakat, SPG *event* tidak lantas memandang profesinya sebagai profesi yang buruk. Mereka lebih memandang pekerjaannya secara professional.

#### **D. Gambaran Struktur Kerja SPG Event**

Penggunaan jasa SPG *event* sebagai agen utama dalam melakukan promosi produk oleh perusahaan merupakan hal yang sudah tidak asing lagi. Biasanya sebuah perusahaan menggunakan jasa EO untuk melakukan promosi produk melalui acara-acara. Suseno membahas tentang sebuah EO atau yang sering disebut dengan sebutan EO, memiliki pengertian sama dengan sebuah kepanitian dalam suatu acara. EO biasanya merekrut SPG *event* untuk membantu menyelenggarakan suatu *event* ataupun pemasaran produk.<sup>39</sup>

Perusahaan memberikan tender kepada EO, kemudian secara keseluruhan semua yang berkaitan dengan *event* tersebut menjadi tanggung jawab EO.<sup>40</sup> Mulai dari mencari SPG *event*, mengatur jadwal SPG *event*, mengurus absen SPG *event*, memberikan upah kepada SPG *event*, hingga menangani komplain dari perusahaan

---

<sup>38</sup>Dinny Andriyani Wijaya, *Loc. Cit.*, hlm. 123

<sup>39</sup>Indro “Kimpling” Suseno, *Cara Pinter Mengelola Event Organizer*, (Yogyakarta: Galangpress, 2005), hlm. 13-14

<sup>40</sup>Hasil wawancara dengan AT selaku pihak perusahaan pada tanggal 1 Januari 2016

terhadap SPG *event*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa EO merupakan pihak penghubung antara perusahaan dengan SPG *event*.

Layaknya pekerjaan pada umumnya, menjadi SPG *event* pun memiliki peraturan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Melalui EO biasanya peraturan yang diberikan oleh perusahaan disosialisasikan kembali kepada SPG *event*. Peraturan yang telah diberikan oleh perusahaan harus ditaati secara nyata oleh SPG *event*, sehingga apabila ada pelanggaran yang dilakukan oleh SPG *event* maka akan mendapat teguran hingga sistem *blacklist*.<sup>41</sup> *Blacklist* dalam dunia SPG *event* dikenal sebagai istilah untuk SPG *event* yang sudah tidak dipekerjakan kembali oleh EO tertentu akibat suatu masalah di antara kedua belah pihak. Sehingga dalam hal ini mau tidak mau SPG *event* harus menaati peraturan yang telah dibuat perusahaan agar terhindar dari *blacklist*.

Lokasi kerja SPG *event* biasanya ditentukan oleh domisili mereka, yang kemudian akan di bentuk ke dalam satu team dan di pimpin oleh seorang *Team Leader*. *Team Leader* atau yang kerap disingkat TL merupakan pihak dari EO yang bertugas untuk mengatur serta mengurus berbagai macam keperluan SPG *event* selama mereka bekerja. Mulai dari mengurus seragam SPG *event*, mengurus absensi hingga mengurus laporan penjualan SPG *event*. Selain itu, TL juga bertugas untuk melakukan kunjungan ke setiap lokasi kerja teamnya, untuk sekedar mengambil foto serta meminta tanda tangan SPG *event* sebagai bagian dari pekerjaannya. Berikut

---

<sup>41</sup>Hasil wawancara dengan AG di daerah Cilandak, Jakarta Selatan pada tanggal 26 November 2015 pukul 19.00 WIB

penulis menggambarkan skema hubungan timbal balik yang terjadi antara Perusahaan, EO dan SPG *Event*.

**Skema 2.2**  
**Hubungan Perusahaan, EO dan SPG *Event***



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Berdasarkan skema 2.2 mengenai hubungan antara EO, TL dan SPG *event* dapat dilihat bahwa hubungan diantara keempatnya adalah hubungan yang timbal balik. Dalam artian bahwa perusahaan memberikan tender kepada EO untuk mengurus segala kebutuhan promosi yang dilakukan perusahaan, mulai dari mengurus persoalan SPG event hingga mengurus segala keperluan *event*, sedangkan SPG *event* mendapatkan pekerjaan dari EO sebagai sumber penghasilannya. Sebaliknya, dalam hal ini SPG *event* wajib memenuhi tanggung jawabnya terhadap EO dengan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh EO, tidak melanggar aturan yang telah diberikan, memegang komitmen kerja dengan erat, dan sebagainya. Begitupun dengan EO di mana mereka pun wajib memenuhi tanggung jawabnya terhadap perusahaan dengan berkomitmen untuk tidak melanggar aturan kerja yang telah disepakati. Sehingga tidak akan ada pihak yang merasa dirugikan. Hal ini disebabkan terdapat masih ada beberapa EO yang tidak memenuhi tanggung jawabnya baik terhadap perusahaan maupun terhadap SPG *event*. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu pihak perusahaan:



“Kita (perusahaan) biasanya nggak kerja sama cuma sama satu EO. Emang sengaja buat jaga-jaga kalau-kalau EO nya nggak beres soalnya sekarang kan EO makin banyak. Kalo kayak gitu kan yang rugi perusahaan.”<sup>42</sup>

Istilah *blacklist* tidak hanya berlaku pada SPG *event* tetapi juga pada EO.

Biasanya hal ini dikarenakan beberapa masalah, baik dari pihak EO maupun dari pihak SPG *event* yang dinaungi. Ketika SPG *event* yang dinaungi EO tersebut membuat masalah maka perusahaan menganggap bahwa itu merupakan keteledoran EO dan EO dianggap tidak memenuhi tanggung jawabnya terhadap perusahaan, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa EO akan mengalami *blacklist* oleh perusahaan.<sup>43</sup> Tidak hanya perusahaan, SPG *event* pun memiliki kemungkinan untuk mem-*blacklist* EO yang tidak bertanggung jawab dan memutuskan untuk berhenti bekerja sama dengan EO tersebut. Tidak memenuhi tanggung jawab dalam hal ini adalah masih ada beberapa EO yang tidak membayarkan gaji SPG *event* secara tepat waktu bahkan yang lebih parah adalah menggelapkan gaji SPG *event* dan hal tersebut sangat merugikan SPG *event*.

Dalam pekerjaannya, SPG *event* memiliki target yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Sebagai konsekuensinya, apabila target yang diberikan oleh perusahaan terlampaui, maka SPG *event* akan mendapatkan bonus dari hasil penjualannya. Bonus atau yang kerap kali disebut insentif yang akan diterima SPG *event* berbeda-beda tergantung bagaimana kesepakatan dengan perusahaan. Namun, tidak semua perusahaan menjanjikan adanya insentif yang akan diterima SPG *event* apabila mencapai target. Selain insentif, biasanya tambahan lain yang dapat diterima

---

<sup>42</sup>Hasil wawancara dengan AT selaku pihak perusahaan pada tanggal 1 Januari 2016

<sup>43</sup>Dinny Andriyani Wijaya, *Loc. Cit.*, hlm. 150

SPG *event* adalah ketika mereka bekerja lembur. Biasanya apabila mereka bekerja lembur, makan gaji yang mereka terima adalah sebanyak dua kali lipat dari gaji yang mereka dapatkan perhari. Namun, hal ini harus disepakati oleh perusahaan serta EO yang menaunginya dengan alasan tertentu. Seperti ketika rekan *shift* mereka berhalangan untuk hadir.

Ketika SPG *event* bekerja, biasanya perusahaan mengharuskan SPG *event* untuk hadir 30 menit sebelum jam masuk kerja. Hal ini dikarenakan SPG *event* harus mempersiapkan diri sebelum kemudian mulai melakukan pekerjaannya. Mengganti seragam kerja dan berdandan sedemikian rupa untuk mempercantik diri. Menggunakan seragam kerja serta menggunakan *make up* ketika bekerja merupakan peraturan yang telah dibuat perusahaan yang kemudian menjadi standar operasional kerja SPG *event*. Sehingga tidak heran ketika beberapa SPG *event* tampil dengan blush on yang tebal serta lipstick dengan warna yang mencolok. Hal ini disebabkan SPG *event* harus menaati peraturan yang telah di buat oleh perusahaan agar dirinya “aman”, dalam artian memungkinkan untuk dipekerjakan kembali. Dengan demikian, tidak hanya mengandalkan fisik tetapi SPG *event* juga harus memiliki etika yang baik dengan mematuhi peraturan yang telah diberikan perusahaan.

### **1. Pola Rekrutmen SPG Event**

Ketika mendengar kata SPG *event* tentu yang terbayang adalah bagaimana penampilan fisik mereka. SPG *event* pasti identik dengan kesan

wanita cantik. Hal ini adalah wajar sebab pekerjaan SPG *event* memang menjadikan penampilan fisik sebagai salah satu persyaratan penting. Setiap acara pasti banyak SPG *event* yang menawarkan produknya kepada konsumen. Dengan sistem promosi yang menggunakan jasa SPG *event* tidak jarang konsumen tertarik bukan karena pada produk tersebut melainkan karena penampilan fisik dari SPG *event*.

Saat ini pemasaran produk sangat memerlukan jasa SPG *event*. Hal itu bisa dilihat dengan meningkatnya penjualan dan pemasaran produk tersebut jauh lebih meningkat, peningkatan tadi menunjukkan bahwa peran SPG *event* sangat penting dalam pelaksanaan promosi. Hal ini pun tidak terlepas dari cara perekrutan SPG *event* dengan melalui persyaratan-persyaratan tertentu yang telah di standarkan oleh perusahaan. Pada dasarnya penilaian wanita cantik merupakan hal yang relatif. Sehingga perusahaan menggunakan istilah penampilan fisik yang menarik sebagai salah satu persyaratan menjadi SPG *event*. Biasanya penampilan fisik yang menarik dilihat dari kulit yang bersih serta tinggi dan berat calon SPG *event*. Untuk acara tertentu seperti SPG *event* pameran ataupun SPG rokok biasanya tinggi minimal yang wajib dimiliki adalah 165 sentimeter dengan berat badan proporsional.<sup>44</sup>

Standarisasi yang dibuat perusahaan adalah dengan tujuan memberikan gambaran kepada calon SPG *event* mengenai bagaimana SPG *event* yang

---

<sup>44</sup>Dinny Andriyani Wijaya, *Loc. Cit.*, hlm. 81

dibutuhkan.<sup>45</sup> Selain penampilan yang menarik, *SPG event* diharuskan memiliki sikap yang baik. Sikap yang baik dalam artian dapat berbicara dengan sopan dan lemah lembut, memiliki sifat yang jujur dan ramah. Hal ini disebabkan *SPG event* akan berhadapan langsung dengan konsumen, sehingga sikap yang baik dari calon *SPG event* sangat diperlukan. *SPG event* pun diharapkan mampu berkomitmen, sebab ketika mulai bekerja *SPG event* memiliki tanggung jawab yang besar baik terhadap TL, EO maupun perusahaan.

Memiliki kemampuan komunikasi yang baik serta kemampuan menjual pun merupakan standarisasi bagi mereka yang menginginkan pekerjaan sebagai *SPG event*. Seperti yang kita ketahui, tugas dari seorang *SPG* adalah sebagai sumber informasi dari produk yang dipromosikan. Sehingga kemampuan komunikasi yang baik serta kemampuan menjual sangat diperlukan agar konsumen memahami apa yang *SPG event* sampaikan serta memutuskan untuk membeli produk yang mereka promosikan. Selain itu, memiliki wawasan luas yang luas akan menjadi nilai lebih tersendiri bagi *SPG event*. Setelah standarisasi dianggap sesuai dengan *SPG event* maka calon *SPG event* mulai mencoba mengikuti rekrutmen yang diadakan oleh EO dan perusahaan. Berikut penulis akan menggambarkan pola rekrutmen *SPG event* yang dijalani:

---

<sup>45</sup>Hasil wawancara dengan AG AG di daerah Cilandak, Jakarta Selatan pada tanggal 26 November 2015 pukul 19.00 WIB

**Skema 2.3**  
**Pola Rekrutmen SPG Event**



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2015)

Pada tahap pertama, calon SPG event melakukan pendaftaran dengan membawa persyaratan seperti *Curriculum Vitae* (CV) yang dilengkapi oleh beberapa lembar foto yang terdiri dari foto seluruh badan dan setengah badan, serta lampiran *fotocopy* KTP. CV biasanya berisikan biodata diri mulai dari nama, tinggi dan berat badan hingga ukuran pakaian yang biasa dipakai. Hal ini dikarenakan tinggi serta badan menjadi salah satu persyaratan sehingga mereka harus mencantumkannya. Tidak jarang pula perusahaan mengukur secara langsung tinggi serta berat badan calon SPG event untuk memastikannya.

Setelah CV diserahkan selanjutnya mereka menunggu untuk melakukan *interview* (wawancara) secara bergantian. Ketika wawancara, pihak pewawancara biasanya dari sebuah EO dan mengikuti standarisasi yang ditentukan oleh perusahaan. Ketika wawancara ini calon SPG event diberikan beberapa pertanyaan salah satunya adalah pengalaman kerja sebagai SPG event sebelumnya. Selain itu, pada tahap ini pewawancara mengambil gambar berupa foto calon SPG event, kemudian meminta SPG event untuk melakukan *role play*. Istilah *role play* dalam SPG event adalah menunjukkan kemampuan menjual yang dimiliki oleh calon SPG event. Hal ini dilakukan oleh

pewawancara guna mengetahui kemampuan menjual yang dimiliki oleh SPG *event*. Setelah semua calon SPG *event* melakukan wawancara, pihak pewawancara yang terdiri dari dua hingga tiga orang melakukan pendataan bagi mereka yang lolos menjadi SPG *event*. Kemudian, pihak pewawancara menginformasikan nama-nama yang lolos. Ketika calon SPG *event* dinyatakan lolos wawancara yang diadakan oleh EO yang mewakili perusahaan, maka seseorang tersebut bisa bekerja sebagai SPG *event* pada perusahaan tersebut. Saat itulah calon SPG *event* resmi menjadi SPG *event* dan bisa berlanjut pada tahap yang terakhir, yaitu tahap *training*.

Dalam aspek kinerja SPG *event* sebagai perwakilan perusahaan dalam menawarkan produk kepada konsumen, SPG *event* dibekali dengan keterampilan pada tahap *training*. *Training* merupakan hal yang tidak asing dalam dunia kerja, tidak terkecuali pada profesi SPG *event*. *Training* merupakan cara yang diberikan oleh perusahaan untuk SPG *event* mengetahui pengetahuan produk yang akan mereka promosikan serta bagaimana trik-trik dalam menawarkan produk ketika bekerja. Seperti melakukan pendekatan dengan cara membujuk dengan kalimat-kalimat persuasif misalnya dengan menggunakan sapaan yang lebih akrab. Bagaimana cara berpenampilan menarik serta cantik, bagaimana bersikap agresif dan komunikatif terhadap konsumen dan bagaimana agar tidak mudah menyerah dalam melakukan

penawaran kepada konsumen.<sup>46</sup> Semua ini dilakukan oleh para *SPG event* agar produk yang ditargetkan oleh perusahaan dapat terlampaui.

Selain itu, pada tahap training ini *SPG event* juga dibekali dengan pengetahuan mengenai produk perusahaan yang akan dipromosikan. Bagaimana kandungan di dalamnya, bagaimana keunggulan dan manfaatnya, bagaimana cara penggunaannya, dan lain sebagainya. Hal ini disebabkan tugas *SPG event* adalah sebagai sumber informasi dari suatu produk, sehingga mereka harus mengetahui produk yang akan mereka promosikan secara baik.

## **2. Pola Kerja SPG Event**

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, EO mengelompokkan *SPG event* dalam satu grup yang kemudian akan didampingi oleh seorang TL. Dalam hal ini TL berfungsi sebagai pusat informasi dari segala kebutuhan *SPG event* termasuk menginformasikan lokasi di mana *SPG event* harus bekerja. Lokasi bekerja setiap *SPG event* adalah berbeda-beda yang ditentukan oleh perusahaan, mulai dari tempat-tempat keramaian seperti acara konser, acara pameran, hingga di sebuah pusat-pusat perbelanjaan. Biasanya *SPG event* menjaga *stand* yang telah disediakan oleh perusahaan dan kemudian mempromosikan jenis produk tertentu dari perusahaan.

Kehadiran seorang *SPG event* dalam sebuah acara promosi baik yang berupa acara, sedikit banyak membantu perusahaan dalam menggaet calon

---

<sup>46</sup>Hasil wawancara dengan AG di daerah Cilandak, Jakarta Selatan pada tanggal 26 November 2015 pukul 19.00 WIB

konsumennya. Ini didasarkan pada penampilan pertama yang di tunjukkan oleh SPG *event* dengan penampilan fisik yang memang biasanya menarik. Setelah melihat penampilan SPG *event* dan penawarannya yang menarik, biasanya calon konsumen berpikir untuk mencoba produk atau sekedar menerima *sample* atau brosur yang di sodorkan oleh SPG *event*. *Sample* atau brosur inilah yang kemudian menjadi sebuah awal jembatan adanya komunikasi antara SPG *event* dengan calon pembeli.

*Sample* biasanya diberikan oleh perusahaan yang menjual produk makanan ataupun minuman. *Sample* diberikan kepada konsumen dengan tujuan membiarkan konsumen mencicipi produk yang mereka promosikan. Hal ini merupakan salah satu trik yang digunakan oleh perusahaan sebagai bagian dari promosi yang mereka lakukan.<sup>47</sup> Seperti sepotong makanan atau segelas minuman berperisa biasanya sering di tawarkan oleh SPG *event*. Jika SPG *event* menguasai lebih banyak pengetahuan produk baik produk yang dijualnya sendiri maupun produk kompetitor, selain akan lebih mudah meningkatkan penjualan juga akan menjadi nilai lebih bagi SPG *event* tersebut.

Biasanya cara menawarkan produk, SPG *event* mempunyai karakteristik yang menarik sebagai usaha untuk mencuri perhatian konsumen. Telah disinggung sebelumnya bahwa salah satu persyaratan untuk menjadi SPG *event* adalah memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Karena komunikasi yang baik akan mampu menciptakan interaksi antar SPG *event* dengan konsumen.

---

<sup>47</sup>Hasil wawancara dengan AT selaku pihak perusahaan pada tanggal 1 Januari 2016



Selain itu, SPG juga harus memanfaatkan bahasa tubuh yang lemah lembut ketika menawarkan produk, hal ini lagi-lagi bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, dalam menawarkan produk kepada pelanggan SPG *event* juga dituntut untuk lebih aktif dan agresif dalam menawarkan produk perusahaan untuk bisa mencapai target penjualan yang dibebankan oleh perusahaan. Agar tujuan perusahaan tercapai maka para produsen mencari para SPG *event* yang handal dan tidak mudah menyerah dalam menawarkan serta menjual produk perusahaan. Berikut penulis menggambarkan skema bagaimana pola kerja yang dilakukan SPG *event*.

**Skema 2.4**  
**Pola Kerja SPG Event**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Berdasarkan skema 2.3 penulis akan memberikan sekilas gambaran cara

kerja yang dilakukan oleh *SPG event* dalam mempromosikan produk dari perusahaan. Ketika sudah menjadi seorang *SPG event*, tentunya mereka telah melewati tahap *training* oleh EO dan perusahaan. Sehingga mereka telah mengetahui bagaimana tata cara mereka bekerja. Ketika bekerja *SPG event* biasanya berada di *stand* yang telah disediakan oleh perusahaan. Kemudian *SPG event* mulai bersikap aktif dengan memberikan sapaan kepada calon konsumen seperti mengucapkan misalnya “selamat pagi” yang kemudian dibarengi oleh sebuah senyuman.

*SPG event* harus agresif serta inisiatif dengan sistem menjemput bola. Istilah menjemput bola dalam dunia *SPG event* dikenal adalah mendatangi setiap konsumen lalu mulai menyapanya. *SPG event* tidak diperbolehkan untuk bersikap pasif dan hanya menunggu calon konsumen yang datang ke *stand* untuk membeli produk yang dipromosikan. Kemudian, *SPG event* memegang sebuah produk ditangan, lalu memberikan pada konsumen dan membiarkan mereka menyentuh produk tersebut sambil seorang *SPG event* menerangkan atau memberi penjelasan tentang keunggulan serta manfaat dari menggunakan produk yang sedang di presentasikan.

Selanjutnya *SPG event* memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai adanya sebuah *discount* atau potongan harga serta undian maupun hadiah langsung yang akan didapatkan oleh konsumen. Tidak jarang konsumen melontarkan beberapa pertanyaan kepada *SPG event* mulai dari produk hingga

hadiah yang ditawarkan. Dalam hal ini SPG *event* wajib mendengarkan apa yang konsumen utarakan, kemudian setelah itu SPG *event* wajib memberikan tanggapan dari pertanyaan tersebut. Hal ini disebabkan SPG *event* merupakan sumber dari informasi produk perusahaan.

Terakhir SPG *event* melakukan *closing* terhadap konsumen. *Closing* merupakan cara terakhir untuk menutup percakapan antara SPG *event* dan konsumen. Ketika melakukan *closing*, SPG *event* memberikan produk kepada konsumen dan menawarkan kembali untuk menambah jumlah pembelian produknya. Tidak lupa SPG *event* memberikan ucapan terima kasih dengan disisipi kata-kata agar konsumen tidak lupa membeli produk tersebut kembali. Ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut maka antara SPG *event* dengan konsumen terdapat telah terjadi kesepakatan yang dilakukan pada kedua belah pihak yang bersangkutan. Transaksi ini bisa juga dengan cara lain asalkan dapat dipahami oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Pihak-pihak yang melakukan transaksi adalah SPG *event* yang telah diberi tugas oleh perusahaan.

## **E. Penutup**

Berdasarkan pemaparan ketiga subbab penting di atas, pekerjaan sebagai SPG *event* diminati bagi perempuan-perempuan baik yang berstatus sebagai mahasiswa maupun sudah berkeluarga. Hal ini dikarenakan beberapa hal yang menarik mulai dari imbalan yang besar, fleksibilitas waktu bekerja, kemandirian serta tingkat

pendidikan yang tidak memerlukan *title*. Bermodal penampilan yang cantik, memiliki tubuh yang langsing, dengan tinggi semampai, memiliki sikap serta kemampuan komunikasi yang baik, dan memiliki kemampuan menjual seperti yang telah distandarisasikan perusahaan menjadikan perempuan ini merasakan adanya kesempatan bagi mereka untuk bisa bekerja sebagai SPG *event*.

Memang profesi sebagai SPG *event* ini tidaklah jauh dari pandangan masyarakat yang negatif dikarenakan penggunaan seragam yang cenderung *sexy*, penggunaan *make up* serta *lipstick* yang mencolok dan cara berbicara mereka yang dianggap menggoda. Namun SPG *event* menanggapinya sebagai profesional kerja yang memang harus ditaati. Sebelum menjadi seorang SPG *event*, mereka harus melalui beberapa tahap yang untuk memenuhi persyaratan yang telah di standarkan oleh perusahaan. Pada tahap ini SPG *event* diseleksi oleh EO yang mewakili perusahaan dan apabila lolos maka mereka bisa berlanjut pada tahap selanjutnya yaitu tahap *training*. Pada tahap ini SPG *event* diberikan pengetahuan serta pengarahan mulai dari pengetahuan akan produk yang mereka promosikan hingga bagaimana cara untuk menggaet konsumen dengan trik-trik tertentu. Dengan demikian tujuan perusahaan memperkerjakan SPG *event* sebagai presenter suatu produk dan meningkatkan penjualan tercapai.

## **BAB III**

### **REALITA KEHIDUPAN SPG *EVENT* DALAM DUNIA KERJA**

#### **A. Pengantar**

Bab ini merupakan jawaban dari salah satu rumusan penelitian dan merupakan hasil penelitian yang ditemukan di lapangan yaitu realita kehidupan SPG dalam dunia kerja. Realita kehidupan SPG *event* dalam dunia kerja perlu dibahas mengingat dalam penelitian ini, tajuk utamanya adalah mengenai strategi yang dilakukan SPG *event* untuk mempertahankan pekerjaannya sebagai SPG *event*. Dengan terlebih dahulu membahas mengenai bagaimana realita kehidupan SPG *event* dalam dunia kerja, maka akan terlihat bagaimana strategi yang mereka lakukan dalam mempertahankan pekerjaannya.

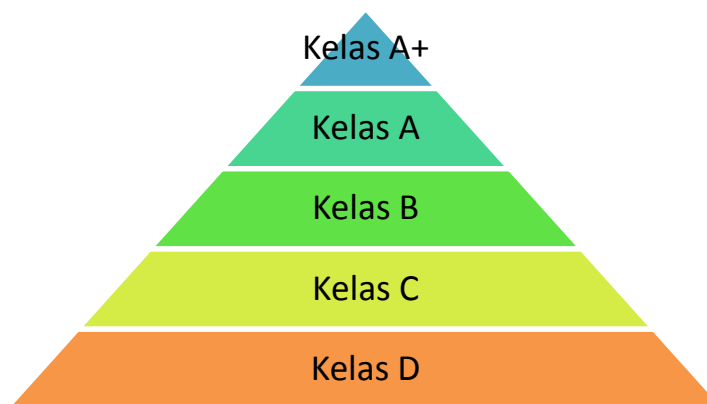
Terdapat beberapa sub bab dalam bab ini yang akan menjelaskan secara besar mengenai kehidupan SPG *event* dalam dunia kerja. Pada subbab pertama akan dijelaskan bagaimana *grade* yang ada dalam dunia kerja SPG *event*. Pada subbab kedua akan dijelaskan tentang identitas sosial SPG *event*. Pada subbab selanjutnya akan dijelaskan mengenai problematika yang dialami SPG *event*. Pada umumnya setiap profesi tidak terlepas dari problematika, sama halnya dengan profesi SPG *event* yang akan dibahas dalam bidang sosial dan ekonomi. Subbab terakhir akan dijelaskan mengenai relasi yang dibangun SPG *event* dalam di lingkungan kerja. Pada umumnya relasi yang dijalin oleh SPG *event* dalam lingkungan kerja ada dua,

yaitu relasi yang dibangun dengan EO sebagai pemberi kerja serta relasi yang dibangun antar sesama SPG *event* sebagai rekan kerja.

### **B. *Grade* dalam Dunia Kerja SPG *Event***

Dalam dunia SPG istilah *grade* sudah sering terdengar terutama pada SPG *event*. Rata-rata *grade* dari SPG *event* dilihat dari kriteria tinggi badan. Namun, ada juga yang memberi tambahan kriteria seperti kemampuan berbahasa asing atau dilihat dari pengalaman dan jam terbang SPG *event* tersebut. *Grade* seorang SPG *event* sudah tentu menjadi tolak ukur awal jumlah upah SPG *event* tersebut. Sehingga honor yang diterima oleh setiap SPG *event* tidaklah sama tergantung *grade* yang mereka miliki. Sesuai dengan pembahasan di atas, bahwa SPG *event* memiliki kriteria tersendiri yang akan diklasifikasikan ke dalam *grade* tertentu:<sup>48</sup>

**Skema 3.1**  
**Grade SPG *Event***



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2015)

<sup>48</sup>SPG Event, “*Grade SPG Event*”, diakses dari <http://www.spgevent.co.id/grade-spg-event/> pada tanggal 4 Mei 2015 pukul 16.00

### 1. *Grade A+*

*Grade* ini merupakan *grade* tertinggi dalam *grade* SPG *event*. Kriteria SPG *event grade A+* adalah mereka yang memiliki tubuh proporsional. SPG *event grade* ini minimal memiliki tinggi badan yaitu 170cm. Kriteria *grade* ini pun diharuskan memiliki wajah yang cantik, kulit yang bersih dan penampilan yang menarik. Selain itu, *grade* ini juga diwajibkan memiliki komunikasi yang baik atau biasa disebut komunikatif. Pekerjaan SPG *event grade* ini tidak terbatas pada SPG otomotif, tetapi terkadang SPG *event grade* ini menjadi model foto pemilik produk. Tarif untuk *grade* SPG *event* ini tidak seperti SPG *event* pada umumnya. Tarif SPG *event grade* ini dapat dinegosiasikan dengan kedua belah pihak sesuai pekerjaan dan jam kerjanya.

### 2. *Grade A*

SPG *event* kedua adalah *grade A*. Meskipun SPG *event* ini *grade* kedua, namun untuk menjadi SPG *event grade* ini juga diharuskan memiliki tubuh yang proporsional. SPG *event grade* ini juga diharuskan memiliki penampilan yang menarik, wajah yang cantik, dan juga kulit yang bersih. SPG *event grade* ini juga biasanya diharuskan komunikatif serta memiliki pengalaman dalam bidangnya. Dapat dikatakan bahwa *grade* ini sama dengan *grade A+*, perbedaannya terletak pada tinggi badan yang dimiliki. Tinggi badan minimal *grade A* adalah antara 165cm-169cm. Biasanya upah *grade* ini adalah sebesar Rp. 500.000,- sampai

dengan Rp. 600.000,-/shift/8jam kerja. Hampir rata-rata *grade* ini dipakai untuk produk otomotif atau produk dengan harga *grade* menengah ke atas.

### **3. *Grade B***

*Grade B* merupakan *grade* ketiga dalam *grade SPG event*. *SPG event grade B* diharuskan memiliki tinggi badan minimal adalah antara 162cm-165cm. Berbeda dengan dua *grade* sebelumnya, kriteria *grade* ini tidak diharuskan memiliki wajah yang cantik. Tetapi *grade* ini mengharuskan *SPG event* memiliki penampilan yang menarik, tubuh yang ideal dan juga kulit yang bersih. Upah untuk *grade* ini biasanya adalah sebesar Rp. 300.000,- sampai dengan Rp. 400.000,-/shift. *SPG event grade* ini bisa dibilang adalah yang paling laris. Hal itu dapat dilihat dari spesifikasi *SPG event* dan juga harga yang terjangkau. *SPG event grade B* sering dipekerjakan untuk produk rokok dan produk lain yang mengedepankan prestis produk perusahaan. Namun beberapa produk otomotif pun sering kali menggunakannya jasa *SPG event grade* ini.

### **4. *Grade C***

*Grade C* merupakan urutan *grade* keempat dari *grade SPG event* yang ada. Berbeda dengan ketiga *grade* sebelumnya yang mengharuskan *SPG event* memiliki tinggi badan minimal di atas 160cm, untuk *SPG event grade* ini minimal tinggi badan yang harus dimiliki adalah 160cm. Sama halnya dengan ketiga *grade* sebelumnya, kriteria *SPG event grade* ini diharuskan memiliki tubuh yang ideal. Selain itu, *SPG event grade* ini juga diharuskan memiliki penampilan yang



menarik. Upah untuk SPG *event grade* ini adalah sebesar Rp. 150.000,- sampai dengan Rp. 250.000,-/shift. SPG *event grade* ini biasanya dipakai sebagai SPG *event* yang bertugas di *supermarket*.

## **5. Grade D**

SPG *event grade* D merupakan SPG *event grade* terakhir. Berbeda dengan *grade* sebelumnya, untuk menjadi SPG *event grade* ini tinggi badan minimal yang harus dimiliki adalah 157cm. Selain itu kriteria untuk menjadi SPG *event grade* ini pun tidak seperti *grade* SPG *event* sebelumnya. Kriteria untuk SPG *event grade* ini biasanya memiliki penampilan yang menarik. Upah yang biasa didapatkan SPG *event grade* ini adalah sebesar Rp. 100.000,- sampai dengan Rp. 200.000,-/shift. Sama seperti SPG *event grade* C, SPG *event grade* ini pun biasanya bertugas di *supermarket*.

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa *grade* SPG *event* ini memiliki kriteria tersendiri seperti penampilan fisik yang termasuk di dalamnya adalah tinggi badan yang dimiliki oleh SPG *event*. *Grade* ini berfungsi untuk membedakan honor yang diterima akan diterima masing-masing SPG *event*. SPG *event* yang memiliki bentuk tubuh yang proporsional, tinggi badan yang semampai dan paras wajah yang cantik menjadikan upahnya menjadi lebih besar. Terlebih lagi apabila mereka memiliki kemampuan berbahasa asing yang baik tentu akan menjadikan nilai lebih bagi SPG *event* tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh AG:

“Semakin tinggi gradenya semakin gede bayarannya. Biasanya dibedain dari tinggi badannya, kalo cantik kan relatif. Kalo putih terus mulus, bisalah masuk grade atas. Apalagi kalo bisa bahasa inggris. Biasanya dicari buat *event* gede. Kita kan ngasih klien tergantung permintaan mereka. Kebanyakan sih klien minta grade A atau B, kadang C juga ada. Tergantung *event*-nya.”<sup>49</sup>

Pernyataan AG mengungkapkan bahwa perbedaan tingkatan *grade* ini didasarkan dari penampilan fisik yang selanjutnya akan disesuaikan kembali dengan *event* yang akan digelar. Biasanya EO akan menyesuaikan permintaan *klien* mereka untuk tiap *grade* yang akan dipekerjakan. AG mengaku bahwa biasanya perusahaan lebih memilih untuk menggunakan SPG *event* grade A, B ataupun C untuk memasarkan produknya. Hal ini biasanya dikarenakan honor yang terdapat pada SPG *event* pada grade tersebut terjangkau.

### C. Identitas Sosial SPG *Event*

Profesi sebagai SPG, tidak hanya diminati oleh kalangan perempuan muda saja. Namun profesi ini juga menjadi daya tarik bagi wanita-wanita yang telah berkeluarga. Oleh karena banyaknya kalangan perempuan yang meminati pekerjaan sebagai SPG *event* ini, maka tidak jarang dapat dilihat berbagai macam usia dan juga status.

#### 1. Informan Mahasiswi

AD wanita kelahiran 3 Juni 1992 yang sedang melanjutkan pendidikan sarjananya ini merupakan mahasiswi tingkat akhir jurusan teknik disalah satu

---

<sup>49</sup>Hasil wawancara dengan AG di daerah Cilandak, Jakarta Selatan pada tanggal 26 November 2015 pukul 19.00 WIB

Universitas Negeri yang ada di Depok. Mahasiswi yang memiliki wajah oriental dan tubuh langsing dengan tinggi badan 165cm ini tinggal di daerah Cakung, Jakarta Timur bersama dengan adik dan ayahnya. AD mengaku baru 1 tahun merambah ke dalam dunia SPG yaitu awal tahun 2014.

Setelah ia menyelesaikan pendidikan D3-nya, AD bekerja sebagai seorang karyawan disalah satu bank swasta di Jakarta. Namun karena sedang melanjutkan pendidikan sarjananya, secara otomatis pekerjaannya sebagai karyawan di salah satu bank swasta tersebut akan tertanggu karena waktu yang berbenturan antara jadwal bekerja dengan jadwal perkuliahannya. Pada akhirnya ia memutuskan untuk berhenti dari pekerjaannya tersebut dan mulai mencari pekerjaan yang dapat disesuaikan dengan jadwal perkuliahannya. Awalnya ia mencari pekerjaan lewat media di internet dan ia ditujukan pada sebuah situs yang menyediakan lowongan pekerjaan sebagai SPG.

“Aku iseng nyari di google, terus nemu website kalo Arina (agensi) lagi butuh SPG event, di sana ada pin bb-nya dan aku invite terus aku disuruh datang ke kantornya di daerah Pramuka buat interview.”<sup>50</sup>

Tujuan utama AD bekerja sebagai SPG adalah untuk membiayai pendidikan sarjananya, sebab beasiswa yang ia dapatkan hanya cukup untuk membayar separuh uang muka dari pendidikan sarjananya saja. Wanita yang dikenal supel oleh teman-temannya ini mengaku bahwa bekerja sebagai SPG sangat membantunya dalam membiayai pendidikannya. Pasaunya biaya

---

<sup>50</sup>Hasil wawancara dengan AD, di daerah Rawamangun, Jakarta Timur pada tanggal 3 April 2015 pukul 14.00 WIB

pendidikan saat ini sangat mahal. Meskipun ia berkuliah di Universitas Negeri, kampusnya tersebut dapat dikatakan lumayan elit sehingga membutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk dapat berkuliah di sana. AD berkeyakinan bahwa dirinya tidak boleh sampai merepotkan sang ayah. Hal ini disebabkan AD memiliki seorang adik yang juga sedang duduk di bangku kuliah dan masih membutuhkan biaya yang besar.

Paras AD yang cantik oriental serta tubuhnya yang tinggi dan langsing mempermudahnya mendapatkan pekerjaan dari agensi. Meskipun baru 1 tahun merambah ke dalam dunia SPG, namun ia sudah banyak bekerjasama dengan klien dari perusahaan kecil maupun besar. Seperti PT. Yamaha, PT. Samsung Indonesia, Provider Tekomsel, PT. Djarum, PT. Unilever, PT. Mayora, PT. Sappe Indonesia dan lainnya. Gaji yang AD targetkan setiap bulan paling sedikit adalah sebesar Rp. 3.000.000,- dari profesinya sebagai *SPG event*. AD merupakan orang yang tidak memilih-memilih dalam pekerjaannya, maksudnya adalah ia selalu menerima pekerjaan meskipun dengan honor yang tidak terlalu besar.

**Gambar 3.1**  
**Informan AD ketika Bekerja**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis (2015)

Gambar di atas merupakan AD yang sedang bekerja sebagai SPG *event* disalah satu Mall di kawasan Jakarta Selatan. Sebagai SPG *event* biasanya AD menerima honor paling sedikit sebesar Rp. 150.000,-/hari dari agensi, namun tidak menutup kemungkinan ia juga akan menerima upah sebesar Rp. 125.000,-/hari saja apabila ia hanya menjadi *back up*.<sup>51</sup> Namun apabila ada *event* besar, maka tidak menutup kemungkinan ia juga akan mendapatkan honor yang besar, seperti ketika ia bekerjasama dengan PT. Yamaha dan PT. Samsung Indonesia. Hasil dari SPG tersebut separuhnya akan ia ditabungkan untuk biaya kuliah, sedangkan separuhnya lagi digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti ongkos kuliah, belanja bulanan, dan juga ongkos untuk ia bekerja. Tidak jarang pula ia membantu untuk membiayai perkuliahan adiknya meskipun hanya separuhnya. Menurutnya, dengan membiayai pendidikannya sendiri ia telah membantu mengurangi beban orang tuanya.

## **2. Informan *Single Parent***

BS seorang wanita yang berparas cantik dengan tinggi badan 164cm dan memiliki kulit bersih ini merupakan *single parent* (orang tua tunggal) dari seorang putra yang berusia 4 tahun. Wanita kelahiran 2 September 1986 ini tinggal bersama sang nenek di daerah Jatinegara, Jakarta Timur. Wanita yang hanya memiliki ijazah SMA ini mulai menggeluti dunia SPG sekitar tahun 2008. Sebelum bekerja sebagai SPG, ia bekerja sebagai kasir disalah satu swalayan di

---

<sup>51</sup> Istilah *back up* sering digunakan untuk menggantikan posisi SPG yang berhalangan hadir.

bilangan Jakarta Timur setelah lulus SMA. Namun setelah hampir 3 tahun bekerja, ia memutuskan untuk berhenti dengan alasan yang tidak dapat ia jelaskan.

Setelah berhenti menjadi seorang kasir, BS bekerja sebagai SPG *reguler* di *supermarket* kawasan Jakarta Timur untuk PT. Kalbe selama kurang lebih 2 tahun sebelum akhirnya ia menikah. Setelah menikah BS memutuskan untuk tidak lagi bekerja untuk menjadi ibu rumah tangga seutuhnya. Namun usia pernikahannya tidak berlangsung lama, hanya bertahan selama hampir 2 tahun. Semenjak berpisah dengan sang suami BS mulai mencari pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, anak serta neneknya.

“Aku sms temen yang dulu kerja bareng di Carrefour minta kerjaan, dia ngajak aku interview bareng di daerah kemang buat event produk makanan. Aku cuma disuruh bawa CV sama foto aja waktu itu.”<sup>52</sup>

Ia mengaku awalnya ragu, namun melihat kehidupannya memburuk setelah berpisah dengan sang suami, ia memutuskan untuk mencobanya. Ia sadar bahwa ia membutuhkan banyak biaya untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk untuk membayar sewa kontrakan yang ia tinggali bersama keluarga. Sebab tak ada lagi yang bisa ia andalkan untuk memenuhi kebutuhannya. Ia mulai bekerja sebagai SPG event akhir tahun 2012 dengan honor pertamanya sebesar Rp. 150.000,-/hari. Hampir 3 tahun BS menjadi seorang SPG *event*, tentu saja sudah banyak klien yang bekerjasama dengannya mulai dari Provider Tekomsel, PT.

---

<sup>52</sup>Hasil wawancara dengan BS, di daerah Sudirman, Jakarta Selatan pada tanggal 29 April 2015 pukul 19.00 WIB

Djarum, PT. Unilever, PT. Indofood, PT. Mayora, PT. Jhonson and Jhonson, PT. Khong Guan dan lain-lain.

Gaji yang biasa diterima dari pekerjaannya sebagai SPG *event* sangatlah tidak menentu, tergantung banyak atau tidaknya *event* yang ada, biasanya setiap bulan ia mendapatkan Rp. 3.000.000,- dari *event* yang berbeda-beda. Seperti halnya ketika ia bekerja pada salah satu *event* di JCC Senayan selama 3 hari, ia menerima honor sebesar Rp. 250.000,-/shift/8 jam kerja. Biasanya hasil yang didupakannya digunakan BS untuk memenuhi keperluan sehari-hari, untuk membayar sewa kontrakan, berbelanja bulanan serta ongkos ia bekerja.

Ia selalu menyisihkan untuk modal usahanya. Selain menjadi SPG *event*, BS juga memiliki usaha kecil-kecilan yaitu memasarkan barang-barang perlengkapan rumah tangga kepada teman-teman kerjanya atau tetangga sekitar rumahnya. Barang yang BS tawarkan seperti *bedcover*, *seprei*, *tupperware* dan lain-lain. Menurutnya, hasil yang ia dapatkan dari profesinya sebagai SPG *event* akan lebih bagus apabila ia putar kembali untuk usaha kecil-kecilan. Hasilnya akan ia tabungkan untuk biaya pendidikan anaknya. Sebab sebagai orang tua tunggal, tentu tanggung jawab BS akan lebih berat selain membiayai hidup anaknya ia juga harus membiayai pendidikan anaknya. BS mengaku semenjak bekerja sebagai SPG *event*, ia mulai ketagihan dengan profesinya tersebut, gaji yang cukup besar dan kerjanya tidak penuh waktu, sehingga ia masih memiliki waktu untuk bersama keluarganya. Bagi BS nenek dan anaknya merupakan obat

lelahnya serta menjadi motivasinya dalam bekerja.

### **3. Informan Ibu Rumah Tangga**

DA wanita kelahiran 15 Maret 1988 merupakan wanita lulusan sekolah menengah atas yang bertubuh langsing serta memiliki tinggi 161cm dengan kulit putih bersih. Meskipun usianya hampir berkepala 3, namun DA tetap memiliki pesona seperti wanita yang usianya terpaut jauh dengan dirinya. Wanita yang memiliki darah Palembang ini merupakan Ibu dari Reysa, anak pertamanya yang berusia 7 tahun dan Faiz anak keduanya yang masih berusia 2 tahun. DA tinggal di daerah Pasar Rebo, Jakarta Timur bersama dengan suaminya serta anak keduanya. Anak pertama DA tinggal bersama dengan mantan suami pertamanya di Palembang. Suami DA yaitu AR berprofesi sebagai *security* di sebuah pusat perbelanjaan di kawasan Jakarta Selatan. Meskipun suami DA bekerja, namun DA ikut membantu demi memenuhi kebutuhan hidup yang semakin mahal. Sebab menurut DA, tak akan cukup jika ia hanya mengandalkan gaji suaminya.

**Gambar 3.2**  
**Informan DA ketika Wawancara**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis (2015)



Sebelum berprofesi sebagai SPG *event*, DA merupakan seorang TL dari PT. Hasta Ayu yang berada di Jl. Sunter Jaya, Jakarta Pusat selama kurang lebih 4 tahun. Setelah ia memutuskan untuk keluar dari tempatnya bekerja dengan alasan tidak ada waktu untuk anak, dia mulai merambah ke dunia SPG *event* yang ia ketahui bahwa jam kerjanya tidak penuh waktu. DA memulai profesinya sebagai SPG *event* pada pertengahan tahun 2012.

“Waktu itu aku dapet broadcast di bb, kalo PT. SDM lagi butuh SPG untuk *event*. Aku coba kirim CV lewat *email*, gak taunya besoknya aku ditelpon terus disuruh datang buat *interview* dan *training*.”<sup>53</sup>

Selama lebih dari 2 tahun menjadi SPG *event*, tentu sudah banyak perusahaan yang bekerjasama dengan dirinya. Seperti Provider XL, Provider Provider Tekomsel, PT. Indofood, PT. Frisian Flag Indonesia, PT. Cussons dan lain-lain. Selayaknya SPG *event*, gaji yang biasa ia terima setiap bulan pun tidak menentu tergantung jumlah hari ia bekerja. DA biasanya hanya mengambil pekerjaan yang telah ditentukan perusahaan pada hari jumat, sabtu dan minggu. Upah yang biasa diterima DA adalah sebesar Rp. 150.000,-/hari sampai Rp. 200.000,-/hari tergantung potongan agensi dan produk apa yang dipromosikannya. Biasanya setiap bulan DA menerima gaji sebesar Rp. 1.800.000,- dari 12 hari ia bekerja, namun lagi-lagi semua tetap tergantung pada event yang ada. Tetapi, gaji tersebut tidak langsung diterimanya. DA harus menunggu sekitar dua minggu setelah *event* berakhir untuk kemudian diurus

---

<sup>53</sup>Hasil wawancara dengan DA, di daerah Central Park, Jakarta Barat pada tanggal 1 April 2015 pukul 14.00 WIB

dengan pihak EO.

Biasanya gaji yang didapat akan DA tabungkan, tidak jarang pula ia gunakan untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Gaji sang suami biasanya digunakan untuk membayar sewa kontrakan, dan keperluan rumah tangganya seperti belanja bulanan. Apabila DA hanya mengandalkan gaji yang diterima sang suami sebagai *security* tidaklah cukup jika digunakan untuk membiayai seluruh kebutuhan keluarganya. Ia mengaku selama berprofesi sebagai SPG *event* gaji yang diterimanya sangatlah lumayan, meskipun menurutnya pekerjaannya berat diongos. Hal ini disebabkan lokasi tempat bekerja SPG *event* tidak selalu menetap seperti pada umumnya. Setiap SPG *event* harus siap di posisikan di mana saja oleh EO, sehingga membutuhkan biaya yang lebih besar apabila ia ditempatkan di daerah yang lebih jauh dari rumahnya.

#### **4. Informan Lajang**

OE adalah wanita kelahiran 11 Oktober 1991 dengan tinggi badan 164cm memiliki paras wajah yang cantik, tubuh yang langsing serta kulit putih yang terawat. Wanita lulusan Akademi Perawatan ini merupakan anak pertama dari 2 bersaudara yang juga perempuan. OE tinggal bersama kedua orang tuanya dibilangan Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Ia merupakan salah satu mahasiswi dari Akademi Perawatan yang berlokasi di Bogor. Lokasi kampus OE yang berada jauh dari rumahnya mengharuskan OE tinggal berada jauh dari orang tuanya. Sebagai mahasiswi, OE merasa memiliki banyak kebutuhan baik untuk

kuliah maupun untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Pada saat itulah ia memutuskan untuk mencari pekerjaan yang dapat memberikannya penghasilan tambahan. Pada akhirnya ia memutuskan untuk bekerja sebagai SPG *event*, dengan mendapatkan informasi dari seorang temannya. Seperti yang diungkapkan oleh OE:

“Awalnya liat temen, kayaknya jadi SPG tuh enak duitnya gede. Maklum, anak kostan terus mahasiswi pula, jadi banyak kebutuhan. Ketagihan dan terus sampe sekarang.”<sup>54</sup>

OE memulai profesinya sebagai SPG *event* sekitar tahun 2012 dari seorang temannya yang lebih dulu bekerja sebagai SPG *event*. Sudah hampir 3 tahun EO menjajaki dunia SPG *event*, tentunya sudah banyak produk yang ia jajakan seperti produk dari PT. Coca Cola Indonesia, PT. Samsung Indonesia, PT. Kalbe, PT. Orang Tua, PT. Indofood, PT. Mayora dan lain-lain. Honor yang diterima OE pun cukup beragam mulai dari Rp 150.000,- sampai dengan Rp 300.000,- perhari tergantung *event* yang digelar dan perusahaan yang bekerjasama. Dalam sebulan OE bisa mengumpulkan uang sebanyak kurang lebih Rp 3.000.000,- dari penghasilannya sebagai SPG *event*. Ia mengaku bahwa penghasilan yang ia dapatkan tidaklah menetap. Tergantung kepada *event* yang sedang ia kerjakan.

Hasil yang ia dapat dari pekerjaannya digunakan untuk membiayai kebutuhannya. Seperti kebutuhan untuk berbelanja keperluan bulanannya,

---

<sup>54</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan pada tanggal 31 Desember 2015 pukul 14.00 WIB

untuk memenuhi kebutuhan sosialnya seperti membeli baju, membeli *make up*, membeli sepatu, pergi bersama teman-temannya, untuk tabungannya serta keperluan lainnya seperti melakukan perawatan baik perawatan rambut maupun perawatan wajah di salon. Hal ini disebabkan penampilannya merupakan modal utama dalam pekerjaannya sebagai SPG *event*. Sehingga perawatan merupakan hal yang perlu ia lakukan. Tidak lupa ia selalu menyisihkan uangnya untuk diberikan kepada orangtuanya.

**Tabel 3.1**  
**Identitas Sosial SPG *Event***

	<b>AD</b>	<b>BS</b>	<b>DA</b>	<b>OE</b>
<b>Usia</b>	23 tahun	29 tahun	27 tahun	24 tahun
<b>Kalangan</b>	Mahasiswi	Orang tua Tunggal	Ibu Rumah Tangga	Lajang
	<b>AD</b>	<b>BS</b>	<b>DA</b>	<b>OE</b>
<b>Sebelum menjadi SPG event</b>	Pegawai bank	Kasir, SPG regular	Team Leader	Mahasiswi
<b>Mulai menjadi SPG event</b>	Tahun 2014	Akhir tahun 2012	Tahun 2012	Tahun 2012
<b>Pengalaman event</b>	PT. Yamaha, PT.Samsung Indonesia, Provider Tekomsel, PT. Djarum, PT. Unilever, PT. Mayora, PT. Sappe Indonesia	Provider Tekomsel, PT.Djarum, PT.Unilever, PT.Indofood, PT. Mayora, PT. Jhonson and Jhonson, PT. Khon Guan	Provider XL, Provider Tekomsel, PT.Indofood, PT. Frisian Flag Indonesia, PT. Cussons	PT. Coca Cola Indonesia, PT.Samsung Indonesia, PT.Kalbe, PT.Orang Tua, PT.Indofood, PT. Mayora
<b>Gaji perbulan</b>	± Rp. 3juta	± Rp. 3juta	± Rp. 1,8juta	± Rp. 3juta

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2015)

Berdasarkan tabel 3.1 maka informan yang ditentukan oleh peneliti memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Mulai dari usia, status, pekerjaannya sebelum menjadi SPG *event*, lamanya ia bekerja sebagai SPG *event*, hingga gaji yang mereka dapatkan setiap bulan. Dapat dilihat bahwa AD merupakan mahasiswi yang masih berusia 23 tahun, ia baru mulai menggeluti dunia SPG *event* sekitar 1 tahun yang lalu. Sebelum bekerja sebagai SPG *event* ia bekerja sebagai pegawai bank swasta. Meskipun baru 1 tahun menjadi seorang SPG *event*, ia memiliki banyak pengalaman seperti menjadi SPG *event* PT. Yamaha, PT. Samsung Indonesia, Provider Tekomsel, PT. Djarum, PT. Unilever, PT. Mayoradan PT. Sappe Indonesia.

Lain halnya dengan BS, ia merupakan *single parent* yang berusia 29 tahun, sebelum ia bekerja sebagai SPG *event* ia bekerja sebagai kasir dan juga pernah bekerja sebagai SPG *reguler*. Jika dilihat dari tabel ia telah bekerja sebagai SPG *event* selama hampir 2 tahun setengah. Selama 2 tahun setengah menggeluti dunia SPG *event* tentu banyak pengalaman yang ia dapatkan, seperti menjadi SPG Provider Tekomsel, Provider Indosat, PT.Djarum, PT.Unilever, PT.Indofood, PT. Mayora, PT. Jhonson and Jhonson, PT. Khong Guan. Berbeda dengan BS, DA merupakan seorang ibu rumah tangga yang berusia 27 tahun. Pengalaman kerjasama yang dimiliki DA hampir sama dengan BS yaitu menjadi SPG *event* perusahaan besar seperti Provider XL, Provider Provider Tekomsel, PT.Indofood, PT. Frisian Flag Indonesia, PT. Cussons. Lain halnya dengan DA,

OE adalah seorang SPG *event* yang berusia 24 tahun ia baru menggeluti dunia SPG selama 2 tahun terakhir. Sebagai SPG *event*, OE juga memiliki pengalaman yang cukup banyak yaitu menjadi SPG PT. Coca Cola Indonesia, PT.Samsung Indonesia, PT. Kalbe, PT. Orang Tua, PT. Indofood, PT. Mayora.

Jika dilihat dari gaji yang mereka dapatkan setiap bulannya sangat bervariasi. Seperti AD dan BS yang setiap bulannya memiliki gaji yang sama yaitu kurang lebih sekitar Rp 3.000.000,- lain halnya dengan DA yang setiap bulannya hanya memiliki gaji kurang lebih sekitar Rp 1.800.000,- dan lain pula dengan OE yang memiliki gaji sama dengan dua SPG *event* lainnya yaitu kurang lebih sekitar Rp 3.000.000 setiap bulannya. Namun gaji yang mereka dapatkan tidaklah tetap, tergantung ada atau tidaknya serta besar atau kecilnya *event* yang berjalan.

#### **D. Problematika SPG *Event***

Problematika dapat diartikan sebagai hal yang menimbulkan masalah atau hal yang belum dapat dipecahkan.<sup>55</sup> Soekanto mendefinisikan problematika sebagai suatu halangan yang terjadi pada kelangsungan suatu proses atau masalah.<sup>56</sup> Setiap profesi tidak terlepas dari problematika, sama halnya dengan profesi SPG *event*. Profesi SPG *event* biasanya mengalami kendala-kendala seperti pembayaran yang tidak tepat waktu atau persaingan antar sesama SPG *event*. Berdasarkan hasil

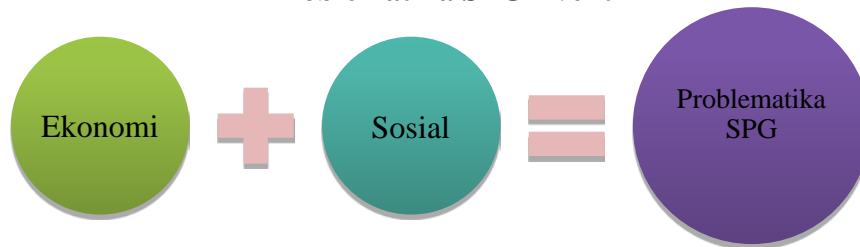
---

<sup>55</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm 896

<sup>56</sup>Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1990), hlm. 394

pengamatan serta wawancara yang dilakukan, penulis membagi ke dalam dua kategori yaitu ekonomi dan sosial. Adapun problematika yang dialami oleh SPG event terdapat pada skema berikut.

**Skema 3.2**  
**Problematika SPG Event**

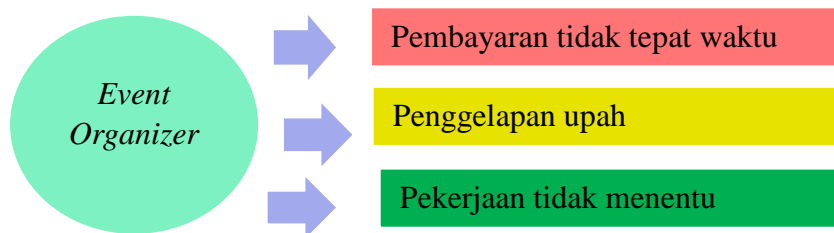


Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

### **1. Problematika di Bidang Ekonomi**

Secara garis besar dari hasil penelitian yang dilakukan penulis mendapatkan tiga problematika di bidang ekonomi. Hal ini biasanya berkaitan dengan *Event Organizer* (EO) yang dinaungi oleh SPG event, yaitu pertama pembayaran yang tidak tepat waktu oleh pihak EO, sedangkan yang kedua adalah adanya penggelapan upah oleh pihak EO yang tidak bertanggung jawab, dan terakhir yaitu keberadaan pekerjaan yang tidak menentu oleh pihak. Berikut skemanya.

**Skema 3.3**  
**Problematika di Bidang Ekonomi**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Seperti yang telah dijelaskan di bab awal bahwa sebuah perusahaan menggunakan jasa EO untuk melakukan sebuah promosi. Perusahaan memberikan tender kepada EO dan kemudian EO lah yang mengatur segala keperluan *event*. Mulai dari perekrutan SPG *event* yang tentunya mengikuti standarisasi yang diberikan perusahaan, memberikan jadwal bekerja SPG *event*, mengurus segala kebutuhan *event*, hingga memberikan gaji terhadap SPG *event*.

**Skema 3.4**  
**Alur pembayaran SPG Event**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Sistem pembayaran SPG *event* telah sepenuhnya diberikan pihak perusahaan kepada pihak EO. Sehingga dapat dikatakan bahwa EO lah yang bertanggung jawab mengenai upah yang diterima oleh SPG *event*. Hal ini diungkapkan oleh AG salah satu informan dari pihak EO:

“Biar dagangannya laris kan mereka pasti harus promo. Nah perusahaan mana ada yang mau ribet sih. Mereka maunya yg gampang-gampang aja. Pake jasa kita, mereka tinggal terima beres.”<sup>57</sup>

Besar upah yang diterima oleh setiap SPG *event* berbeda-beda tergantung produk apa yang mereka jual serta jumlah absen yang mereka dapatkan. Tidak

---

<sup>57</sup>Hasil wawancara dengan AG di daerah Cilandak, Jakarta Selatan pada tanggal 26 November 2015 pukul 19.00 WIB.



seperti profesi pada umumnya, sistem pembayaran SPG *event* sangatlah berbeda, mereka tidak langsung memperoleh upah kerjanya. Biasanya SPG *event* baru menerima upah paling cepat 14 hari setelah *event* berakhir bahkan beberapa mencapai 30 hari atau lebih tergantung kewenangan EO yang bertanggung jawab. Terkadang pembayaran pun tidak seluruhnya, beberapa hari kemudian barulah dibayar sisanya. Seperti yang diungkapkan oleh OE:

“...nunggu dulu 14 hari setelah event selesai, jadi ngga langsung. Tapi biasanya dari pihak agensinya suka ngga konsisten, bilanganya 14 hari fee udah keluar gataunya sebulan baru keluar bahkan lebih, itupun kadang cuma keluar setengahnya aja, sisanya beberapa hari kemudian. Padahal kita kan juga butuh uang buat sehari-hari.”<sup>58</sup>

Pernyataan OE dipertegas oleh AD yang mengungkapkan bahwa sampai saat ini beberapa kali masih mengalami pembayaran yang tidak tepat waktu. Hal ini biasanya berkaitan dengan jadwal yang sudah dijanjikan. Tetapi AD juga mengungkapkan bahwa tidak semua EO melakukan hal yang sama. Hal ini terbukti dari pengalamannya yang pernah bekerja pada salah satu EO yang sistem pembayarannya tepat waktu sesuai dengan tanggal yang dijanjikan. Oleh karena itu, sampai saat ini ia mengaku bahwa dirinya masih bekerja sama dengan EO yang bersangkutan. Menurutnya, setiap sistem pembayaran merupakan hal biasannya dilihat oleh para SPG *event* setelah besarnya nominal.

Selanjutnya hal serupa juga diungkapkan oleh BS yang mengaku bahwa dirinya juga pernah mengalami hal ini. Baginya pembayaran yang tidak tepat

---

<sup>58</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan pada tanggal 31 Desember 2015 pukul 14.00 WIB.

waktu merupakan hal yang paling menjengkelkan, sebab ia merasa bahwa ia telah menjalankan kewajibannya. Sebaliknya, menurut BS seharusnya pihak EO melakukan juga melakukan hal serupa. Bahkan menurut pengalamannya, BS mengungkapkan bahwa memang ada agensi yang memiliki peraturan yaitu mengeluarkan upah SPG *event* dalam jangka waktu yg lebih lama. Hal tersebut merugikan pihak SPG *event*, sebab bagaimana pun mereka membutuhkan uang untuk dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Pernyataan ketiga informan yang mengungkapkan bahwa mereka masih sering mengalami pembayaran yang tidak tepat waktu dipertegas kembali oleh AG. Ia mengungkapkan bahwa memang benar ada beberapa EO yang tidak konsisten dengan pembayaran upah SPG *event*. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan, seperti misalnya terletak pada SPG *event* yang lain. AT mengungkapkan bahwa keterlambatan pembayaran bisa disebabkan oleh kedua belah pihak. Terkadang beberapa SPG *event* yang sering terlambat untuk mengumpulkan absen, sehingga pihak EO harus menunggu dan berakibat pada terlambatnya pembayaran upah SPG *event*.<sup>59</sup>

Namun, AT juga mengungkapkan alasan lainnya bahwa tidak menutup kemungkinan terletak pada pihak perusahaan yang memberikan tender. Berdasarkan pengalamannya AT mengungkapkan bahwa beberapa pihak EO biasanya tidak hanya bekerja sama dengan satu perusahaan. Misalnya selain bekerja sama dengan perusahaan AT, EO itu pun bekerja sama dengan

---

<sup>59</sup>Hasil wawancara dengan AT selaku pihak perusahaan pada tanggal 1 Januari 2016

perusahaan B. Perusahaan AT telah melunasi pembayaran dengan EO, sedangkan perusahaan B hanya melakukan pembayaran setengahnya. Ketika jadwal penggajian SPG *event* produk perusahaan B, pihak EO kekurangan uang sehingga secara terpaksa pihak menggunakan uang yang diberikan oleh perusahaan AT untuk membayar upah SPG perusahaan B. Ketika jadwal penggajian SPG *event* perusahaan AT, tentu perusahaan kembali mengalami kekurangan uang sebab uang yang diberikan perusahaan AT sudah digunakan untuk pembayaran upah SPG *event* perusahaan B. Hal ini menyebabkan SPG *event* perusahaan AT harus menunggu lebih lama dari jadwal yang sudah ditentukan.

Berbeda dengan ketiga informan sebelumnya, DA mengaku tidak pernah mengalami pembayaran yang tidak tepat waktu oleh pihak EO. Ia mengaku bahwa sistem pembayaran yang selama ini dari EO yang menaungi dirinya berjalan sesuai dengan perjanjian yang ada. Biasanya kesepakatan yang dibuat EO yang bersangkutan sama seperti EO pada umumnya yaitu 14 hari setelah event selesai. Bahkan menurut pengalamannya, DA mengaku pernah menerima pembayaran sebelum jadwal yang telah disepakati.

Selanjutnya, selain pembayaran yang tidak tepat waktu beberapa SPG *event* juga mengaku bahwa penggelapan upah juga merupakan salah satu problematika yang biasa dialami oleh beberapa SPG. Berdasarkan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang

Ketenagakerjaan bahwa secara umum undang-undang ini mengatur mengenai hak-hak tenaga kerja demi menjamin kesejahteraan pekerja dan keluarganya, salah satunya adalah hak untuk memperoleh imbalan atau upah.<sup>60</sup> Upah sendiri dapat diartikan sebagai uang dan sebagainya yang dibayarkan sebagai pembalasan jasa atau bayaran tenaga yang sudah disepakati untuk mengerjakan sesuatu; gaji, persen, imbalan, hasil atas akibat dari suatu perbuatan.<sup>61</sup> Dengan demikian setiap orang yang melakukan pekerjaan wajib mendapatkan hak pembalasan atas jasa yang telah mereka lakukan. Dalam hal ini terjadi simbiosis mutualisme atau hubungan timbal balik yang saling menguntungkan, di mana perusahaan menggunakan jasa SPG *event* untuk memasarkan produknya sedangkan untuk balasanya SPG *event* menerima upah atas pekerjaan yang ia lakukan.

Mengingat kembali pembahasan sebelumnya bahwa biasanya perusahaan telah memberikan tender kepada EO untuk bertanggung jawab sepenuhnya terhadap kegiatan *event* yang sedang berlangsung, termasuk di dalamnya bertanggung jawab mengenai segala hal yang berkaitan dengan SPG *event*. Tetapi, tidak semua EO tersebut memenuhi tanggung jawabnya. Salah satu tanggung jawab yang diberikan perusahaan adalah memberikan upah kepada setiap SPG *event* sebagai pembalasan atas jasa yang telah mereka lakukan. Namun, pada kenyataannya masih saja ada EO yang tidak memberikan hak yang

---

<sup>60</sup>Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, pasal 88 ayat 1

<sup>61</sup>Abdul Rahmad Budiono, *Hukum Perburuhan di Indonesia*, (Jakarta: PT. Indeks, 2011), hlm. 286

seharusnya diterima oleh SPG *event* yang telah memenuhi kewajibannya.

Seperti yang diungkapkan DA:

“Aku pernah ngalamin ini dua kali. Pertama, waktu pegang produk buat pembersih helm. Kerja selama dua minggu, pas jadwalnya gajian ternyata aku udah di delkon. Nah yg kedua ini aku pernah kerjasama sebelumnya, tapi entah kenapa pas giliran kerjasama yg kedua aku ngga dibayar.”<sup>62</sup>

Pernyataan DA menunjukkan bahwa meskipun ia pernah mengalami penggelapan upah sebanyak dua kali. Namun, baginya penggelapan upah merupakan problematika ekonomi yang tidak begitu sering terjadi, meskipun beberapa SPG *event* mungkin masih ada yang mengalaminya. Ia mengaku bahwa hal tersebut tidak membuatnya kapok. Pengalamannya dijadikan pelajaran agar ia lebih berhati-hati dalam menerima pekerjaan.

DA juga mengungkapkan bahwa kemudahan informasi pekerjaan melalui media sosial seperti BBM dapat memberikan kesempatan EO yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kecurangan terhadap SPG *event*. Dalam hal ini adalah penggelapan upah SPG, terlebih apabila EO yang bersangkutan tidak dikenalnya dengan baik. Bagaimana pun penggelapan upah yang dilakukan EO yang tidak bertanggung jawab ini sangat merugikan meskipun tidak terlalu sering terjadi seperti yang diungkapkan sebelumnya oleh DA. Sebagai SPG *event*, mereka dituntut untuk melaksanakan kewajiban mereka yaitu mempromosikan produk yang mereka bawa. Tetapi masih masih saja ada EO yang tidak bertanggung jawab dengan tidak memberikan upahnya sebagai hak

---

<sup>62</sup>Hasil wawancara dengan DA di daerah Central Park, Jakarta Barat pada tanggal 1 April 2015 pukul 14.00 WIB.

mereka atas pembalasan jasa yang mereka lakukan.

AT membenarkan bahwa memang masih ada beberapa EO nakal yang tidak memberikan upah yang menjadi hak SPG *event* yang bersangkutan. AT sangat menyayangkan penggelapan upah yang dilakukan oleh EO yang tidak bertanggung jawab, sebab hal tersebut justru merugikan dirinya sendiri. Bagi AT hal seperti akan menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk memilah EO yang akan diajak bekerja sama. Menurut AT, SPG *event* seharusnya lebih berhati-hati untuk menerima pekerjaan yang ditawarkan dan tidak tergiur dengan iming-iming bayaran yang besar. Sama halnya dengan yang diungkapkan DA, menurut AT media sosial seperti BBM memang menjadi lahan untuk para EO yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kecurangan.<sup>63</sup>

Hal terakhir yang menjadi problematika ekonomi bagi para SPG *event* adalah pekerjaan yang tidak menentu. Hal ini sebabkan bahwa profesi SPG *event* memiliki status pekerjaan yang tidak tetap. Perjanjian kerja yang terjalin antara EO dengan pihak SPG *event* biasanya menggunakan sistem perjanjian kerja dalam waktu tertentu berdasarkan lama waktu dan selesainya waktu pekerjaan yang hanya diungkapkan secara lisan di antara kedua belah pihak.<sup>64</sup> Sebagai contoh pada *event* tahunan seperti Pekan Raya Jakarta. SPG *event* hanya bekerja selama *event* Pekan Raya Jakarta berlangsung, yaitu dalam jangka waktu satu bulan bekerja. Sedangkan ketika event PRJ tersebut sudah selesai, maka

---

<sup>63</sup>Hasil wawancara dengan AT selaku pihak perusahaan pada tanggal 1 Januari 2016

<sup>64</sup>Hasil wawancara dengan AD di daerah Rawamangun, Jakarta Timur tanggal 3 April 2015 pukul 14.00 WIB

pekerjaan SPG *event* pun selesai. Sehingga dapat dikatakan bahwa SPG *event* merupakan salah satu pekerja yang terikat dalam kontrak atau perjanjian kerja waktu tertentu sebagaimana dalam pasal 59 ayat 1 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan:

“Perjanjian kerja untuk waktu tertentu hanya dapat dibuat untuk pekerjaan tertentu yang menurut jenis dan sifat atau kegiatan pekerjaannya akan selesai dalam waktu tertentu, yaitu : a. pekerjaan yang sekali selesai atau yang sementara sifatnya; b. pekerjaan yang diperkirakan penyelesaiannya dalam waktu yang tidak terlalu lama dan paling lama 3 (tiga) tahun; c. pekerjaan yang bersifat musiman; atau d. pekerjaan yang berhubungan dengan produk baru, kegiatan baru, atau produk tambahan yang masih dalam percobaan atau penjajakan.”<sup>65</sup>

Keterbatasan jangka waktu bekerja ini menjadi kekhawatiran bagi SPG *event*. BS mengungkapkan bahwa ia sangat memahami profesi sebagai SPG *event* yang berbeda dengan profesi-profesi pada umumnya. Pekerjaan sebagai SPG *event* ditentukan oleh acara tertentu dan juga dikontrak dalam jangka waktu tertentu. Hal ini dapat dilihat pada acara tahunan, bulanan, bahkan harian, atau pun *event-event* yang diadakan khusus oleh beberapa penyelenggara yang bersangkutan. Seperti pengalaman salah satu informan penulis yaitu BS yang belum lama ini menjadi salah satu SPG *event* untuk produk PT. Khong Guan di Jakarta Convention Center atau JCC di bilangan senayan.

---

<sup>65</sup>Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan, Pasal 59 ayat 1

**Gambar 3.3**  
**Informan BS ketika menjadi SPG PT. Khong Guan**



Sumber: Dokumentasi Penulis(2015)

BS mengungkapkan bahwa *event* tersebut hanya berlangsung selama tiga hari yaitu pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Seperti pekerjaan SPG *event* pada umumnya, BS berdiri dengan menggunakan pakaian yang telah ditentukan oleh PT. Khon Ghuan. Ia menawarkan kepada setiap pengunjung yang datang agar membeli produknya. Setelah *event* tersebut telah selesai selama tiga hari, maka pekerjaan dan juga kontrak BS sebagai SPG *event* untuk PT. Khon Ghuan pun ikut selesai.

Seperti halnya BS, DA juga mengungkapkan mengenai pekerjaan SPG *event* yang tidak menentu merupakan masalah yang ia hadapi. Hal ini diungkapkan oleh DA:

“...yaaa itu kerjanya ngga tetap udah gitu juga ngga nentu. Tiap event kelar, harus nyari event lagi. Apalagi sekarang event udah agak susah, soalnya SPG nya makin banyak. Pokoknya harus punya banyak *link*.”<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup>Hasil wawancara dengan DA di daerah Central Park, Jakarta Barat pada tanggal 1 April 2015 pukul 14.00 WIB



Pernyataan DA menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai SPG *event* selain tidak tetap juga tidak memiliki kepastian. Sama halnya dengan BS, DA mengaku bahwa ketika waktu *event* selesai maka ia harus kembali mencari *event* lainnya. Hal itu dilakukan agar dirinya tetap memiliki pekerjaan yang menjadi sumber penghasilannya. Ia mengaku bahwa mencari *event* saat ini sudah semakin sulit yang disebabkan semakin banyaknya perempuan yang memutuskan untuk berprofesi sebagai SPG *event*. Namun, DA juga menjelaskan bahwa memperluas jaringan merupakan sesuatu yang dibutuhkan dalam dunia SPG *event*.

Hal serupa juga diungkapkan oleh AD dan OE. Keduanya juga menganggap pekerjaan yang tidak menentu sebagai problematika yang mereka hadapi. Mereka mengungkapkan bahwa pekerjaan sebagai SPG *event* memang memberikan imbalan yang besar. Namun, mereka pun harus memaklumi bahwa profesi SPG *event* berbeda dengan pekerjaan pada umumnya. Profesi SPG *event* memiliki pekerjaan yang tidak tetap dan tidak menentu, sehingga penghasilan yang mereka terima pun tidak tetap dan juga tidak tentu.

Secara keseluruhan pernyataan informan menunjukkan bahwa pekerjaan yang tidak menentu, merupakan masalah yang paling sering dihadapi oleh beberapa SPG *event* khususnya pada keempat informan. Pekerjaan yang tidak tetap mengharuskan mereka lagi dan lagi harus mencari *event* yang baru ketika *event* sebelumnya telah selesai. Namun, pada kenyataannya pekerjaan yang mereka harapkan tidak selalu ada, sehingga mereka harus merasakan menjadi

pengangguran untuk beberapa saat sampai mereka mendapatkan info untuk pekerjaan selanjutnya.

Pernyataan keempat informan dibenarkan oleh AT yang mengungkapkan bahwa setiap pekerjaan memiliki resiko, dan hal tersebut merupakan salah satu resiko dari pekerjaan yang mereka pilih yaitu sebagai *SPG event*. Menurut AT itulah yang membedakan antara *SPG event* dan juga *SPG regular*. *SPG event* memang memiliki imbalan yang lebih besar dibandingkan *SPG regular*, namun pekerjaan *SPG event* tidak menentu sehingga upah yang akan mereka pun tidak menentu. AT mengaku bahwa *event* dari perusahaan yang memang tidak menentu.<sup>67</sup> Terkadang *event* tersebut hanya ada selama tiga hari sampai yang lebih parah adalah tidak ada *event*, sehingga dalam hal ini EO tidak bisa menjanjikan pekerjaan kepada *SPG event*. Secara terpaksa *SPG event* tidak dapat bisa menggantungkan diri pada satu EO untuk mencari *event* lain untuk tetap bisa bekerja. Berdasarkan keempat *SPG event* yang menjadi informan, problematika ekonomi yang dihadapi terdapat persamaan dan perbedaan antara satu dengan yang lain. Hal ini dapat dilihat melalui tabel yang disajikan berikut ini:

**Tabel 3.2**  
**Problematika di Bidang Ekonomi**

No.	Informan	Pembayaran tidak tepat aktu	Penggelapan upah	Pekerjaan tidak menentu
1.	AD	x	-	x
2.	BS	x	-	x

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan AT selaku pihak perusahaan pada tanggal 1 Januari 2016

No.	Informan	Pembayaran tidak tepat aktu	Penggelapan upah	Pekerjaan tidak menentu
3.	DA	-	x	x
4.	OE	x	-	x

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

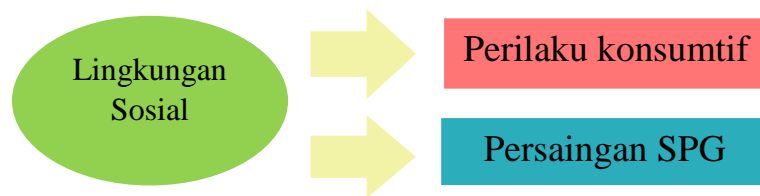
Berdasarkan pada tabel 3.2 dapat disimpulkan bahwa problematika ekonomi yang paling sering dihadapi adalah pekerjaan yang tidak menentu. Keempat SPG *event* yang menjadi informan seluruhnya menyatakan bahwa pekerjaan yang tidak menentu merupakan problematika ekonomi yang paling sering mereka rasakan, hal ini disebabkan bahwa pekerjaan sebagai SPG *event* merupakan pekerjaan yang tidak tetap, hanya pada waktu tertentu dan pada jangka waktu tertentu. Sehingga ketika mereka selesai melakukan kewajibannya dalam waktu yang sudah ditentukan, maka pekerjaan mereka pun selesai.

Selanjutnya adalah pembayaran upah yang tidak tepat waktu, dari keempat SPG *event* yang menjadi informan tiga diantaranya menyatakan bahwa pembayaran upah yang tidak tepat waktu beberapa kali masih mereka hadapi sampai. Hal ini tentu sangat merugikan informan sebagai SPG *event* sebab mereka membutuhkan biaya untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Penggelapan upah menjadi problematika ekonomi terakhir sekaligus yang paling jarang mereka hadapi, dari keempat SPG *event* yang menjadi informan hanya satu yang menyatakan pernah mengalami penggelapan upah oleh EO yang tidak bertanggung jawab yaitu DA yang merupakan informan kalangan ibu rumah tangga.

## 2. Problematika di Bidang Sosial

Secara garis besar dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis mendapatkan dua problematika yang dialami oleh SPG *event* di bidang sosial. Hal ini biasanya berkaitan dengan lingkungan sosial SPG *event*, yaitu pertama perilaku konsumtif yang dianut oleh SPG *event*, sedangkan yang kedua adalah adanya persaingan antar sesama SPG *event*. Berikut skema problematika yang dialami SPG *event* di bidang sosial:

**Skema 3.5**  
**Problematika di Bidang Sosial**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Selayaknya perempuan, SPG *event* memiliki kepekaan terhadap apa sedang beredar dan cenderung mengikutinya yang terutama mengenai mode. Hal ini tentu membawa pengaruh pada gaya hidup yang akan dijalankannya. Sumarwan dalam bukunya yang berjudul *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* berpendapat bahwa gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana seseorang itu hidup, menggunakan uang dan

memanfaatkan waktu yang dimiliki.<sup>68</sup>

Gaya hidup SPG *event* yang berpola pada perilaku konsumtif cenderung dipengaruhi oleh lingkungannya. Dalyono dalam mengatakan bahwa lingkungan sosial adalah semua orang yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial itu ada yang kita terima secara langsung dan ada yang tidak langsung.<sup>69</sup> Dalam kehidupan sehari-hari SPG *event* sering berhubungan dengan SPG *event* lain yang tentunya memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Lingkungan dan pola hidup beberapa SPG *event* cenderung pada pola hedonis serta gaya hidup yang berorientasi pada materi.<sup>70</sup> Hal ini terlihat dari banyaknya SPG *event* yang cenderung membeli barang-barang yang merupakan mode saat ini. Seperti yang diungkapkan oleh DA:

“...ya namanya juga perempuan, pasti pengenlah punya baju atau tas yg bagus yg lagi model sekarang gitu. Jadi kalo lagi ngumpul sama temen atau keluarga ngga dibilang ketinggalan jaman. Biasanya abis gaji aku langsung beli apa yg udah aku incer dari lama.”<sup>71</sup>

Pernyataan DA dapat dilihat bahwa lingkungan sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang. Dalam hal ini lingkungan sosial yang dimaksudkan adalah lingkungan pertemanan maupun lingkungan keluarga DA yang mempengaruhi dirinya untuk memiliki gaya hidup konsumtif. Ia mengaku bahwa dirinya menggunakan serta membeli barang-barang seperti baju maupun

---

<sup>68</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 56

<sup>69</sup>M. Dalyono, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2001), hlm. 133

<sup>70</sup>Herlin Putri Utami, *Loc. Cit.*, hlm. 7

<sup>71</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan pada tanggal 31 Desember 2015 pukul 14.00 WIB

tas tidak berdasarkan kebutuhan tetapi berdasarkan mode yang sedang berkembang dilingkungannya. Hal ini dapat dilihat dari salah satu barang yang dimiliki DA.

**Gambar 3.4**  
**Koleksi Tas Informan DA**



Sumber: Dokumentasi Informan DA (2015)

Gambar 3.2 merupakan salah satu koleksi tas yang dimiliki oleh DA. Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa tas yang dimiliki DA merupakan salah satu mode tas yang sedang berkembang pada saat ini. Bagi DA penampilan sangat menentukan posisinya sebagai perempuan. Mengingat profesi DA adalah seorang *SPG event*, sehingga penampilan termasuk di dalamnya barang-barang yang ia gunakan seperti tas merupakan pendukung bagi pekerjaannya. Selain itu adanya rasa gengsi di dalam diri DA terhadap lingkungan sosialnya juga mendorong DA untuk memiliki gaya hidup yang konsumtif. Selain DA, OE juga mengungkapkan bahwa penampilan merupakan suatu pendukung bagi pekerjaan mereka sebagai *SPG event*. Seperti yang diungkapkan oleh OE:

“Namanya juga SPG ya pasti harus cantik, harus modis juga. Orang modal utamanya penampilan fisik. Lagian penampilan itu nentuin posisi kita dilingkungan kita sendiri. Misalnya pakaian kita atau barang-barang yg kita pake.”<sup>72</sup>

Pernyataan OE menunjukkan bahwa sebagai SPG *event* menjaga penampilan diri merupakan kewajibannya. Hal ini disebabkan bahwa profesinya tersebut memang mengandalkan dan mengutamakan penampilan fisik. Ia mengungkapkan bahwa penampilannya sangat menentukan status dirinya di dalam lingkungan sosialnya. Dalam hal ini penampilan sangat berkaitan dengan gaya hidup yang di anutnya. Dapat dikatakan bahwa gaya hidup meliputi penggunaan waktu luang, cara membelanjakan uang serta konsumsi barang.<sup>73</sup> OE mengaku bahwa pakaian, tas, *make up*, serta barang yang kita gunakan lainnya sangat mempengaruhi status diri kita di lingkungan sosial yang kita miliki, seperti lingkungan pertemanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial OE sangat mempengaruhi gaya hidupnya. Menurut OE gaya hidupnya merupakan problematika yang ia alami, sebab perilaku konsumtif ini akan berlangsung secara terus menerus dan memungkinkan untuk menjadi suatu pola hidupnya.

---

<sup>72</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan pada tanggal 31 Desember 2016 pukul 14.00 WIB

<sup>73</sup>Bruce J. Cohen, *Theory and Problems of Introduction to Sociology*, terj. Sahat, Simamore, Sosiologi Suatu Pengantar, (Jakarta: PT. Bina Aksara, 1983), hlm. 261

**Gambar 3.5**  
**Koleksi *Make Up* Informan OE**



Sumber: Dokumentasi Informan (2015)

Pernyataan OE dipertegas oleh AD yang juga mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan salah satu problematika yang ia hadapi. Dalam hal ini lingkungan sosial AD pun mempengaruhi gaya hidupnya. Sebagai perempuan yang berstatus sebagai mahasiswi, AD cenderung mengikuti pergaulan perempuan seusianya yang gemar untuk bepergian serta makan di kafe. Ia mengaku bahwa dirinya masih merasa sulit untuk mengontrol nalurinya untuk tidak mengikuti mode atau gaya hidup yang sedang berkembang.

Menurut pengalamannya, ia tidak pernah bisa menolak ketika teman-temannya mengajak dirinya untuk makan di kafe atau sekedar pergi jalan-jalan. Hal ini disebabkan bahwa rasa gengsi yang terhadap lingkungannya. AD mengaku apabila dirinya ikut bersama temannya makan di sebuah kafe, maka ia menunjukkan bahwa status dirinya. Sama halnya yang diungkapkan oleh OE, ia mengaku bahwa penggunaan waktu luang yang kita lakukan menentukan kelas sosial dirinya di lingkungan pertemanannya. Ia mengaku bahwa gaya hidup yang seperti ini tentu akan menjadi sebuah kebiasaan dan



membentuk pola hidup, yang tentunya akan memunculkan berbagai dampak bagi kehidupannya.

Selanjutnya, selain gaya hidup para informan juga mengungkapkan bahwa persaingan antar SPG *event* juga termasuk dalam problematika sosial yang mereka hadapi. Pada dasarnya dunia kerja menuntut agar para karyawannya memiliki keterampilan yang lebih tinggi agar mampu menghadapi tuntutan global. Persaingan dunia kerja pun sangat ketat, sehingga tidak sembarangan orang mampu memasuki dunia kerja tidak terkecuali sebagai SPG *event*. Gillin dan Gillin menjelaskan persaingan (*competition*) dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, di mana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing, mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian publik atau dengan mempertajam prasangka yang telah ada, tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan.<sup>74</sup>

Dalam hal ini persaingan yang terjadi di antara SPG *event* dengan SPG *event* lain adalah persaingan ekonomi. Persaingan di bidang ekonomi timbul karena terbatasnya persediaan apabila dibandingkan dengan jumlah konsumen. Persaingan adalah salah satu cara untuk memilih produsen-produsen yang baik.<sup>75</sup> Dalam kaitannya dengan kasus ini, hal ini dianggap menguntungkan bagi perusahaan serta EO yang bersangkutan, karena SPG *event* yang terbaik

---

<sup>74</sup>Gillin dan Gillin, *Cultural Sociology, a rrevision of An Introduction to Sociology*, (New York: The Macmillan Company, 1954), hlm. 590

<sup>75</sup>*Ibid.*

akan memenangkan persaingannya.

Pada saat ini menjadi SPG *event* merupakan sebuah mode, karena adanya anggapan bahwa biasanya yang menjadi SPG *event* hanyalah orang-orang tertentu yang dianggap cantik, mempunyai tinggi badan dan bentuk tubuh yang proporsional, berpenampilan menarik dan intelektual. Hal ini dapat dilihat dalam kriteria yang disebutkan dalam pengumuman yang membuka lowongan bagi para perempuan misalnya tertulis, dibutuhkan SPG *event* yang berpenampilan menarik serta modis.<sup>76</sup> Seperti yang diungkapkan oleh AD:

“...misal ada SPG yg mau interview, kalo dia cantik, putih terus tinggi dijamin pasti diterima. Pokoknya penampilan fisik itu paling utama, terutama kalo produknya terkenal, jadi pengalaman kerja ngga terlalu berpengaruh.”<sup>77</sup>

Pernyataan AD dapat di lihat bahwa penampilan fisik merupakan aspek penting dalam pekerjaannya sebagai SPG *event*. Berdasarkan pengalamannya AD mengatakan bahwa pengalaman kerja sebagai SPG *event* tidak terlalu dipentingkan, terlebih apabila produk yang akan dipromosikan termasuk dalam salah satu produk ternama, sehingga penampilan fisik merupakan penilaian yang paling utama.

Pernyataan AD dipertegas oleh BS dan juga DA yang menegaskan bahwa semakin banyak perempuan muda yang tertarik berprofesi sebagai SPG *event*, terutama mereka yang berstatus sebagai mahasiswi dan mereka yang baru saja

---

<sup>76</sup>Lowongan persyaratan kerja peneliti lihat pada etalase di Citraland Mal pada tanggal 17 Agustus 2015.

<sup>77</sup>Hasil wawancara dengan AD di daerah Rawamangun, Jakarta Selatan tanggal 3 April 2015 pukul 14.00 WIB

lulus dari SMA. Oleh sebab itu menurut pengalaman BS, pihak EO tentu lebih mengutamakan mereka dalam memberikan pekerjaan. Hal ini kembali pada prinsip utama yaitu profesi SPG *event* merupakan profesi yang mengutamakan penampilan fisik. Hal ini disebabkan secara sosial orang akan lebih tertarik untuk berinteraksi dengan orang yang terlihat menarik secara fisik. Hal berbeda diungkapkan oleh OE:

“Emang sih makin banyak SPG *event* sekarang ini, tapi aku ngga nganggep itu masalah besar. Semuanya kembali ke diri kita masing-masing, gimana pembawaan diri kita. Soalnya itu yang ngebentuk kita jadi menarik dan nggak norak, bukan karena ada orang lain yang lebih dari kita.”<sup>78</sup>

Pernyataan OE menegaskan bahwa menjadi sosok yang menarik bukan terlihat dari adanya orang lain yang menjadi perbandingan. Bagi OE pada dasarnya semua wanita cantik, tetapi kecantikan tersebut kembali pada pembawaan diri masing-masing individu. Bagaimana seseorang memposisikan dirinya dalam lingkungan sosialnya, baik dalam lingkungan pertemanan maupun pekerjaan menentukan citra diri individu tersebut. Berdasarkan keempat SPG *event* yang menjadi informan, problematika sosial yang dihadapi terdapat persamaan dan perbedaan antara satu dengan yang lain. Hal ini dapat dilihat melalui tabel yang disajikan berikut ini:

---

<sup>78</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan pada tanggal 31 Desember 2015 pukul 14.00 WIB

**Tabel 3.3**  
**Problematika di Bidang Sosial**

No.	Informan	Perilaku Konsumtif	Persaingan SPG
1.	AD	x	x
2.	BS	-	x
3.	DA	x	x
4.	OE	x	-

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Berdasarkan pada tabel 3.3 dapat disimpulkan beberapa SPG *event* masih merasa bahwa persaingan SPG merupakan sebuah problematika sosial yang mereka hadapi. Tiga dari empat SPG *event* yang menjadi informan menyatakan bahwa persaingan antar SPG *event* merupakan problematika sosial yang masih mereka rasakan sampai saat ini. Hal ini disebabkan semakin banyaknya perempuan muda yang menginginkan berprofesi sebagai SPG *event* yang tentunya mereka lebih berpenampilan menarik serta modis dan sesuai dengan kriteria SPG *event* yang diinginkan.

Selain persaingan antar SPG *event*, gaya hidup pun masih menjadi problematika sosial masih mereka rasakan sampai saat ini. Sama halnya dengan persaingan antar SPG *event*, dari empat SPG *event* yang menjadi informan tiga diantaranya menyatakan bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi kehidupan mereka sampai saat ini, terutama dalam kaitannya sebagai problematika sosial SPG *event*. Hal ini tentu menjadi masalah yang cukup besar bagi mereka sebab hal ini secara keseluruhan lingkungan sosial merupakan faktor utama yang mempengaruhi gaya hidup seseorang.

### E. Relasi Sosial Dalam Lingkungan Kerja

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial, memiliki naluri untuk hidup dengan orang lain. Naluri manusia untuk selalu hidup dengan orang lain disebut *gregariousness* sehingga manusia juga disebut *social animal*.<sup>79</sup> Sebagai makhluk sosial tentunya mereka berhubungan dengan sesamanya. Hubungan yang terjalin itu biasa disebut dengan relasi. Relasi merupakan hubungan timbal balik antar individu yang satu dengan individu yang lain dan saling mempengaruhi. Pada umumnya relasi terjadi pada setiap sendi kehidupan seseorang, tidak terkecuali dalam dunia kerja. Dalam dunia kerja membangun relasi sangatlah diutamakan, sebab tidak ada pekerjaan yang dilakukan tanpa adanya pihak lain yang terlibat. Dalam kaitannya dengan relasi yang terjalin oleh SPG *event* di lingkungan kereja, terbagi menjadi dua yaitu relasi antara SPG *event* dengan EO dan relasi antara SPG *event* dengan SPG *event* lain.

Pada umumnya, hubungan yang terjadi antara SPG *event* dengan EO maupun dengan SPG *event* lain merupakan sebuah proses sosial. Proses sosial dapat diartikan sebagai pengaruh timbal-balik antara berbagai segi kehidupan bersama.<sup>80</sup> Pembahasan mengenai proses sosial tentu berkaitan dengan interaksi sosial, hal disebabkan bahwa interaksi sosial merupakan dasar dari terjadinya proses sosial. Young dan Mack menjelaskan bahwa interaksi sosial merupakan kunci dari semua kehidupan sosial, oleh karena tanpa interaksi sosial, tak akan mungkin ada kehidupan

---

<sup>79</sup>Soerjono Soekanto, *Op. Cit.*, hlm. 101

<sup>80</sup>*Ibid.*, hlm. 60

bersama.<sup>81</sup> Gillin dan Gillin mendefinisikan interaksi sosial sebagai hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.<sup>82</sup> Dalam kaitannya dengan pembahasan relasi sosial dalam lingkungan kerja, baik antara SPG *event* dengan EO maupun antara SPG *event* dengan SPG *event* lain terjadi interaksi sosial yaitu adanya hubungan timbal balik di antara mereka. Dalam hal ini, antara SPG *event* dan EO harus memiliki sikap saling menghargai dan menjaga kepercayaan yang diberikan demi terbinanya hubungan yang baik dan tercapainya tujuan bersama. Seperti yang diungkapkan oleh BS:

“Aku sebisa mungkin selalu ngejalin hubungan yang baik sama agensi. Soalnya gimana pun kita pasti butuh mereka buat kerja, sebaliknya juga mereka gitu. Gampang sih sebenarnya, kita ngehargain mereka dengan cara jaga kepercayaan yang mereka kasih. Kalo mereka udah percaya, mereka ngga akan sulit ngasih event ke kita.”<sup>83</sup>

Pernyataan BS menjelaskan bahwa dirinya selalu memiliki hubungan yang baik dengan setiap EO yang menaunginya. Ia mengaku bahwa menjalin hubungan yang baik dengan EO memberikan banyak keuntungan baginya. Salah satunya mempermudah dirinya untuk mendapatkan event dari EO yang bersangkutan. Menurut BS menjaga hubungan yang baik dalam dunia kerja sangat ditentukan beragam faktor, terutama dalam menjaga suatu kepercayaan yang diberikan serta sikap saling

---

<sup>81</sup>Kimball Young dan Raymnod W. Mack, *Sociology and Social Life*. (New York: American Book Company, 1959), halaman 137

<sup>82</sup>Gillin dan Gillin, *Op. Cit.*, hlm. 489

<sup>83</sup>Hasil wawancara dengan BS di daerah Sudirman, Jakarta Selatan pada tanggal 29 April 2015 pukul 19.00 WIB

menghargai. Hal tersebut bertujuan untuk membangun relasi yang harmonis. Kedua hal tersebut merupakan kunci utama dalam menjalin hubungan relasi kerja yang baik. Karena itu baik SPG *event* maupun EO keduanya harus memiliki perilaku serta etika yang baik.

DA menjelaskan bahwa dalam pengalamannya dirinya pernah mengalami hubungan yang tidak baik oleh beberapa EO yang menurutnya tidak bertanggung jawab. Tetapi hal tersebut tidak lantas membuat dirinya jera untuk menjalin hubungan yang baik dengan EO lainnya. Ia menjelaskan bahwa menjalin hubungan yang baik dengan pihak EO mempermudahnya untuk mendapatkan pekerjaan dari EO yang bersangkutan. Berdasarkan pengalamannya, ketika ada *event* EO yang bersangkutan langsung menghubunginya melalui BBM dan menawarkan dirinya untuk bergabung dengan *event* yang sedang berjalan. Selain itu DA juga menjelaskan keuntungan lain ketika ia berhubungan baik dengan pihak EO. Ia mengaku bahwa dirinya tidak perlu melakukan wawancara ulang seperti ketika awal ia melamar pekerjaan. Hal ini disebabkan mereka pernah melakukan kerja sama yang baik sebelumnya. Penjelasan DA menunjukkan bahwa hubungan yang terjalin antara dirinya dengan pihak EO selalu baik.

Selanjutnya AD juga mengungkapkan telah menjalin hubungan yang baik dengan setiap EO yang menaunginya. Hal ini terbukti dari kerja sama yang terjalin antara dirinya dengan EO yang menaunginya saat ini yang sudah berjalan hampir setahun. Hal ini tentu disebabkan oleh hubungan yang terjalin dengan baik di antara

kedua belah pihak sehingga mereka memutuskan untuk terus melakukan kerja sama. Menurut AD setiap SPG *event* wajib menjalin hubungan yang baik dalam lingkungan kerja tidak terkecuali dengan pihak EO. Hal ini disebabkan karena AD menganggap bahwa hubungan yang terjadi diantara SPG *event* dan EO merupakan sebuah kontrak.

Oleh karena itu kedua belah pihak masing-masing memiliki kewajiban untuk memenuhi tanggung jawabnya. Seperti yang diungkapkan oleh BS, AD juga mengungkapkan dalam dunia kerja kedua belah pihak harus saling menghargai dan menjaga kepercayaan. Hal tersebut dilakukan demi terpenuhinya tanggung jawab. Pada akhirnya kedua belah pihak dapat menjalin hubungan yang baik dan tetap bisa kerja sama dalam waktu yang lama. Seperti yang diungkapkan ketiga informan sebelumnya, OE juga mengungkapkan bahwa dirinya selalu membangun hubungan yang baik disetiap lingkungan EO. Ia mengaku bahwa menjalin hubungan yang baik dengan EO dilakukannya demi menjaga reputasinya sebagai SPG *event* agar terhindar dari kata *blacklist*. Hal ini diungkapkannya oleh OE:

“Aku selalu berhubungan baik sama setiap agensi tempat aku kerja. Aku selalu ngasih kesan yg baik sama mereka, selalu jaga kepercayaan yg mereka kasih, supaya aku nggak di *blacklist*. Soalnya kalo aku sampe di *blacklist* aku ngga bakal dikasih kerjaan lagi.”<sup>84</sup>

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya *blacklist* adalah istilah untuk SPG yang sudah tidak dipekerjakan kembali oleh agensi tertentu akibat suatu masalah di

---

<sup>84</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan pada tanggal 31 Desember 2015 pukul 14.00 WIB



antara kedua belah pihak.<sup>85</sup> OE mengungkapkan bahwa dirinya selalu menghindari *blacklist* dengan cara selalu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pihak EO dan tidak pernah mangkir dari peraturan yang sudah diberikan. Dengan begitu dirinya bisa menjalin hubungan yang baik dengan pihak EO dan terhindar dari *blacklist*.

Selain menjalin hubungan dengan pihak EO, para informan juga menjalin hubungan yang baik dengan SPG *event* lain. Hal ini sangat diperlukan sebab dengan membina hubungan yang baik kepada sesama SPG *event* mereka memperluas jaringan pertemanan dan tentunya mereka juga dapat bertukar informasi pekerjaan antar sesama SPG *event*. Seperti yang diungkapkan oleh OE:

“...iya jadi punya banyak temen. Aku selalu tukeran kontak BBM atau sama SPG lain kalo lagi event. Buat tukeran informasi kalo ada *job* biar makin banyak *link*, jadi makin banyak kerjaan kan. Soalnya kadang setelah event selesai, kita kan harus nunggu sampe ada event selanjutnya. Nah sambil nunggu aku suka iseng nanya *job* ke temen, kan lumayan daripada nganggur.”<sup>86</sup>

Berdasarkan pernyataan BS menunjukkan bahwa hubungan yang baik tidak hanya terjalin antara dirinya dengan pihak EO tetapi juga dengan SPG *event* lain ketika sedang bekerja. Hal ini terlihat dari penjelasan BS bahwa ia selalu bertukar informasi pekerjaan melalui BBM dengan SPG *event* lain. Ia menyatakan bahwa menjalin hubungan yang baik terhadap sesama SPG *event* memberikan manfaat yang positif. Ia bisa mendapatkan pekerjaan dari teman sesama SPG *event* ketika sedang tidak ada *event* dari EO yang menaunginya.

---

<sup>85</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan pada tanggal 31 Desember 2015 pukul 14.00 WIB

<sup>86</sup>Hasil wawancara dengan OE di daerah Pejaten, Jakarta Selatan tanggal 31 Desember 2015 pukul 14.00 WIB

Hal serupa juga diungkapkan oleh OE yang juga mengungkapkan bahwa ia selalu menjalin hubungan yang baik dengan SPG *event* lain ketika bekerja. Ia mengaku bahwa pekerjaan yang ia dapatkan kurang lebih merupakan hasil informasi dari seorang teman yang juga sesama SPG *event*. Ia mengaku bahwa ia tidak bisa selalu mengharapkan informasi pekerjaan dari pihak EO. Menurut OE, menjalin hubungan baik dengan SPG *event* lain memiliki banyak manfaat. Selain bertukar informasi pekerjaan, ia juga dapat menambah referensi EO yang dapat dijadikan sebagai wadah informasi pekerjaan baginya.

Selanjutnya DA mengungkapkan bahwa ia pernah memiliki hubungan yang tidak baik dengan SPG *event* lain. Hal itu disebabkan ketika mereka sedang menjadi kompetitor produk yang mereka promosikan. Hal ini diungkapkan oleh DA:

“Aku waktu itu sempet berantem sama SPG lain. Kebetulan dia kompetitor produk yg aku pegang. Aku dibilang nyerobot *customer* dia. Rezeki mah kan ngga kemana ya.”<sup>87</sup>

Pernyataan DA menunjukkan bahwa hubungan yang tidak baik dengan SPG *event* lain bisa terjadi karena hal yang kecil. Namun meskipun pernah menjalin hubungan yang tidak baik dengan SPG *event* lain, hal tersebut tidak dijadikan sebagai penghalang untuk menjalin hubungan yang baik dengan SPG *event* lain. Baginya menjalin hubungan yang baik dengan SPG *event* lain sangat diperlukan. Selain untuk bertukar informasi tentang pekerjaan, hal tersebut juga diungkapkan dengan alasan dunia SPG *event* merupakan dunia yang sempit. Artinya, mereka mungkin akan

---

<sup>87</sup>Hasil wawancara dengan DA di daerah Central Park, Jakarta Barat pada tanggal 1 April 2015 pukul 14.00 WIB

bertemu kembali pada event berikutnya.

Seperti ketiga informan sebelumnya, AD juga mengungkapkan bahwa dirinya selalu menjalin hubungan dengan SPG *event* lain ketika sedang bekerja. Baginya menjalin hubungan yang baik merupakan hal yang paling berharga dalam dunia SPG *event*. Hal ini disebabkan bahwa menjalin hubungan yang baik dengan SPG *event* lain sangat membantunya dalam mendapatkan pekerjaan. Seperti halnya OE, ia juga mengaku bahwa informasi pekerjaan yang ia dapatkan saat ini kurang lebih merupakan informasi dari teman sesama SPG *event*. Hal ini terlihat betapa pentingnya menjalin hubungan antar sesama SPG *event*.

Dalam dunia SPG *event* menjalin hubungan yang baik sangat diperlukan, baik dengan pihak EO maupun dengan SPG *event* lain. Hubungan yang baik antara SPG *event* dan EO terjalin atas dasar sikap saling menghargai serta rasa saling percaya di antara kedua belah pihak. Dalam hal ini EO memberi kepercayaan kepada pihak SPG *event* dan SPG *event* menjaga kepercayaan yang diberikan EO. Hal ini berfungsi agar kerja sama yang terjalin antara SPG *event* dan EO berlangsung lama.

Sedangkan hubungan yang terjalin antara SPG *event* dengan SPG *event* lain berfungsi untuk memperluas jaringan SPG *event* yang bersangkutan, serta menambah referensi EO yang dapat memberikan pekerjaan. Hubungan yang terjalin tentu memberikan dampak positif bagi masing-masing pihak tanpa merugikan pihak mana pun. Berdasarkan pernyataan keempat informan mengenai hubungan yang mereka jalin di lingkungan kerja, dapat dilihat pada skema berikut:

**Skema 3.6**  
**Relasi Sosial di Lingkungan Kerja**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Berdasarkan skema 3.5 menunjukkan bahwa setiap hubungan sosial yang terjadi di lingkungan kerja oleh SPG *event* didasarkan pada kebutuhan. Faktor kebutuhan di sini dapat dilihat sebagai kebutuhan akan informasi pekerjaan yang mereka butuhkan demi mempertahankan eksistensinya. Pada akhirnya faktor kebutuhan tersebut memunculkan relasi sosial dalam lingkungan kerja. Dalam hal ini, relasi sosial yang terjalin oleh keempat SPG *event* yang menjadi adalah antara dirinya dengan pihak EO serta dirinya dengan SPG *event* lain. Hal ini diungkapkan oleh keseluruhan SPG *event* yang menjadi informan.

Bagi keseluruhan informan, menjalin hubungan yang baik dengan pihak EO maupun dengan SPG *event* lain memberikan banyak keuntungan. Pihak EO dianggap sebagai wadah untuk mendapatkan pekerjaan, sedangkan SPG *event* lain merupakan perantara bagi mereka untuk menambah referensi EO yang dapat memberikan pekerjaan. Oleh karena itu, hubungan yang terjalin di antara keduanya harus berjalan dengan baik, agar tujuan kebutuhan yang diinginkan tercapai.

## F. Penutup

Pembahasan pada bab ini setidaknya dapat menggambarkan sedikit mengenai identitas sosial SPG *event*. Selain itu pada bab ini juga ditemukan problematika-problematika yang di alami oleh SPG *event*. Pada problematika bidang sosial dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial sedangkan dalam bidang ekonomi yang dipengaruhi oleh EO. Bab ini juga menggambarkan bagaimana relasi sosial yang dibangun oleh SPG *event*. Dalam hal ini relasi sosial yang dibangun oleh SPG *event* adalah relasi antara SPG *event* dengan EO dan juga antara SPG *event* dengan SPG *event* lain. Berdasarkan penjelasan di atas, berikut tabel penyajian hasil temuan penelitian.

**Tabel 3.4**  
**Problematika dan Relasi Kerja SPG Event**

No.	Informan	Problematika Ekonomi	Problematika Sosial	Relasi Kerja
1.	AD	➤ Pembayaran tidak tepat waktu ➤ Pekerjaan tidak menentu	➤ Perilaku Konsumtif ➤ Persaingan SPG	➤ EO ➤ SPG lain
2.	BS	➤ Pembayaran tidak tepat waktu ➤ Pekerjaan tidak menentu	➤ Persaingan SPG	➤ EO ➤ SPG lain
3.	DA	➤ Penggelapan upah ➤ Pekerjaan tidak menentu	➤ Perilaku Konsumtif ➤ Persaingan SPG	➤ EO ➤ SPG lain
4.	OE	➤ Pembayaran tidak tepat waktu ➤ Pekerjaan tidak menentu	➤ Perilaku Konsumtif	➤ EO ➤ SPG lain

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

## **BAB IV**

### **MEKANISME BERTAHAN *SALES PROMOTION GIRL***

#### **A. Pengantar**

Penjelasan mengenai konteks ekonomi dan sosial budaya, gambaran umum struktur kerja SPG *event*, mulai dari pola rekrutmen hingga pola kerja SPG *event* telah dibahas sebelumnya pada bab dua. Selain itu, penjabaran mengenai realita kehidupan SPG *event* dalam dunia kerja yang termasuk di dalamnya menjelaskan identitas sosial SPG *event*, problematika yang dialami oleh SPG *event*, serta relasi yang terjalin dalam lingkungan kerja juga telah dibahas sebelumnya pada bab tiga. Selanjutnya, pada bab ini akan menjawab salah satu rumusan masalah penelitian yang kedua melalui lima subbab, yang secara garis besar akan menjawab pertanyaan penelitian bagaimana mekanisme bertahan SPG *event* dalam mempertahankan eksistensinya. Mekanisme bertahan perlu dilakukan mengingat setiap profesi tentu mengalami problematika di dalam menjalankan pekerjaannya. Oleh karena itu mekanisme bertahan sangat diperlukan sebagai cara untuk mengatasi problematika yang dialami oleh SPG *event*.

Pada subbab pertama akan membahas mengenai bagaimana *performance* SPG *event* digunakan sebagai eksistensi diri. Pada subbab kedua akan membahas bagaimana stigma dan eksploitasi terhadap SPG *event*. Pada subbab ketiga akan membahas bagaimana kerentanan SPG *event* dalam dunia kerja. Pembahasan dalam

subbab keempat akan membahas mekanisme yang dilakukan oleh SPG *event*, yang akan di bagi menjadi tiga sub subbab. Sub subbab pertama bagaimana mekanisme SPG *event* secara ekonomi, baik yang dilakukan melalui penghematan kebutuhan fisiologis hingga penghematan kebutuhan sosial. Pembahasan dalam sub subbab kedua akan membahas mengenai mekanisme alternatif subsistensi, di mana SPG *event* memanfaatkan kegiatan swadaya dengan cara berdagang. Selanjutnya, pada sub subbab terakhir akan membahas mengenai mekanisme jaringan yang dimiliki oleh SPG *event*. Dalam hal ini akan dibahas mengenai jaringan sosial horizontal dan jaringan sosial vertikal yang dimiliki SPG *event*.

#### **B. *Performance* sebagai Pendukung Eksistensi SPG Event**

Pada subbab ini penulis akan mengalisis mengenai bagaimana kecantikan perempuan dijadikan sebagai modal pendukung SPG *event* untuk tetap eksis dalam dunia kerjanya. Penulis akan mengkaji menggunakan perspektif gender, di mana perempuan memiliki *stereotype* dari masyarakat yang kemudian mempengaruhi kehidupan perempuan mulai dari perannya di masyarakat hingga ke ranah publik.

Ketika perempuan masuk dalam dunia kerja, ada semacam PBQ (*Professional Beauty of Qualification*) istilah lain dari kualifikasi kecantikan profesional, merupakan standarisasi yang menjadi sebuah syarat bagi perempuan untuk memasuki lingkungan kerja dan proses promosi kerja.<sup>88</sup> Seperti pada profesi

---

<sup>88</sup>Naomi Wolf, *Mitos Kecantikan*, diterjemahkan oleh Alia swastika, (Yogyakarta: NIAGARA, 2004), hlm. 57.

SPG *event* yang menjadikan penampilan menjadi modal yang utama. Hal ini terlihat dari standarisasi yang dimiliki perusahaan mulai dari awal rekrutmen hingga berjalannya pekerjaan sebagai SPG *event*. Dalam menjalankan pekerjaannya SPG *event* akan berhadapan langsung dengan publik sehingga mereka dituntut untuk berpenampilan yang menarik, cantik, berkulit bersih serta tubuh yang proporsional. Oleh karena secara sosial, orang akan lebih tertarik untuk berinteraksi dengan orang yang terlihat menarik secara fisik. Hal ini terjadi karena kebanyakan orang dinilai karakternya berdasarkan penampilan fisik saja.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa ketika seorang perempuan masuk dalam lingkungan kerja terutama sebagai SPG *event*, kecantikan merupakan aspek penting yang sangat diperhatikan. Seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya, untuk berprofesi sebagai SPG *event* terdapat standarisasi yang ditentukan dari pihak EO dan perusahaan. Seperti minimal tinggi badan yang harus dimiliki oleh SPG *event*. Keempat informan mengungkapkan pengalamannya ketika pertama kali menjadi seorang SPG *event*, di mana mereka diminta menyerahkan *Curriculum Vitae* (CV) yang menjadi salah satu syarat yang harus dibawa ketika mereka melamar pekerjaan sebagai SPG *event* oleh yang bersangkutan.

CV biasaya berisikan biodata SPG *event* mulai dari nama, tanggal lahir, berat dan tinggi badan, hingga ukuran pakaian yang biasa mereka gunakan. Hal ini disebabkan, ketika mereka mulai bekerja sebagai SPG *event* mereka akan mengenakan seragam yang telah ditentukan oleh perusahaan sehingga ukuran



pakaian menjadi salah satu yang penting ketika mereka melamar pekerjaan. Tidak lupa mereka pun harus mencantumkan beberapa foto yang mencakup foto setengah badan dan seluruh badan. Beberapa penuturan tersebut dapat dilihat bahwa penampilan fisik menjadi salah satu pertimbangan perusahaan untuk dapat berprofesi sebagai SPG *event*.

Selain itu, salah satu informan yaitu AD mengungkapkan bahwa berbeda dengan rekrutmen kerja pada umumnya, ketika melakukan interview pertama kali ia datang dengan menggunakan *dress* dengan sepatu ber-hak tinggi serta polesan *make up* di wajahnya. Hal tersebut dilakukannya bukan tanpa maksud. Ia mengaku bahwa kecantikan merupakan modal utama ketika perempuan terlibat dalam dunia kerja sebagai SPG *event*. Alasan lain yang ia ungkapkan adalah persaingan untuk menjadi seorang SPG *event* pun dianggapnya sangat ketat sehingga penampilan ketika melakukan *interview* penting baginya untuk bisa mendapatkan pekerjaan sebagai SPG *event*.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa perusahaan menggunakan wanita cantik sebagai tokoh utama dalam menggaet pasar bukan tanpa alasan. Penggunaan perempuan dalam penjualan setidaknya akan menambah daya tarik khalayak untuk menikmati suatu acara atau penjualan. Perempuan bisa dikatakan trik dan bumbu dalam penjualan. Pelibatan perempuan dalam penjualan, akan membuat penjualan makin menarik. Ada gambaran berdasarkan penelitian bahwa tidak hanya laki-laki, ternyata perempuan lebih senang melihat wajah perempuan cantik dibanding wajah

laki-laki sekalipun berwajah gagah.<sup>89</sup>

Dalam jurnal *Perspektif Gender dalam Representasi Iklan* yang ditulis oleh Arief mengungkapkan bahwa perempuan lebih banyak diposisikan sebagai subyek pelengkap, daya tarik, dan garda depan yang langsung berhubungan dengan nasabah atau calon konsumen. Adanya anggapan bahwa perempuan diartikan sebagai subyek dengan sifat gender femininitas telah membawa konsekuensi bahwa perempuan dirasa cocok ditempatkan pada posisi yang langsung berhubungan dengan publik.<sup>90</sup> Dalam hal ini SPG *event* dalam menjalankan profesinya memang berhubungan langsung dengan publik yaitu menawarkan langsung produk kepada pelanggan atau dikenal sebagai *personal selling*.

Argumen yang diungkapkan oleh Arif mengenai posisi perempuan dalam cocok dalam ranah publik disebabkan *stereotype* yang terdapat di masyarakat mengenai kaum perempuan. Masyarakat memberikan penilaian terhadap perempuan yang kemudian hasil penilaian tersebut dilembagakan menjadi sebuah budaya dalam masyarakat.<sup>91</sup> Hasil konstruksi masyarakat ini menjadikan kecantikan sebagai salah satu syarat masuk dalam dunia kerja. Salah satu pekerjaan yang membutuhkan kecantikan sebagai salah satu modal utama yaitu profesi SPG *event*.

Istilah SPG *event* sangat identik dengan promosi yang dilakukan oleh seorang perempuan. Promosi penjualan tidak terlepas dari peran SPG *event* dengan tujuan

---

<sup>89</sup>Dinny Andriyani Wijaya, *Loc. Cit.*, hlm. 76

<sup>90</sup>Arief Agung Suwasana, *Perspektif Gender dalam Representasi Iklan*, Jurnal Nirmana Volume 3, Nomor 2, Juli 2001, hlm. 94

<sup>91</sup>Dinny Andriyani Wijaya, *Loc. Cit.*,

menarik minat konsumen. Tuntutan SPG *event* dalam profesinya untuk selalu berpenampilan cantik, menarik, memiliki sikap serta komunikasi yang baik disebabkan karena, dalam bekerja SPG *event* secara langsung akan berhubungan dengan konsumen atau calon pembeli dengan mempromosikan produk yang ditawarkan. Meskipun tuntutan tersebut tidak secara tertulis, namun para pekerja menyadari akan hal tersebut. Oleh karena itu dalam hal ini SPG *event* mempunyai magnet tersendiri dalam upaya menarik minat pelanggan untuk membeli atau hanya sekedar ingin tahu produk dari suatu perusahaan yang diujakan oleh perusahaan tersebut.

Seperti yang diungkapkan oleh AT yang merupakan salah satu pihak dari perusahaan yang menggunakan jasa SPG dalam mempromosikan produknya bahwa SPG merupakan wakil dari suatu perusahaan atau citra perusahaan. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak sembarangan dalam melakukan rekrutmen terhadap SPG *event*. Baginya perusahaan memiliki standarisasi bagi SPG *event* yang akan mempromosikan produk perusahaannya. Tidak hanya penampilan fisik, bagi AT seorang SPG *event* haruslah memiliki sikap serta komunikasi yang baik, memiliki sifat penyabar serta lemah lembut sehingga mampu memposisikan dirinya sebagai wakil perusahaan. Hal ini disebabkan bahwa tugas utama SPG adalah mempromosikan suatu produk sehingga pelanggan memutuskan untuk membeli produk tidak hanya sekali tetapi berkelanjutan.

Dalam konsep gender yang dikemukakan oleh Fakih bahwa suatu sifat yang

melekat pada kaum perempuan maupun laki-laki dikonstruksikan secara sosial maupun kultural. Dalam hal ini perempuan itu dikenal sebagai seorang yang lemah lembut, cantik, emosional atau penyabar, sedangkan laki-laki dikenal sebagai seseorang yang jantan dan perkasa.<sup>92</sup> Oleh karena itu perempuan dianggap lebih cocok untuk melakukan promosi penjualan yang menuntut sikap ramah, sabar maupun terampil dalam berkomunikasi agar konsumen mendapatkan informasi yang jelas tentang produk yang ditawarkan. Hal ini diperkuat oleh Dinny dalam skripsinya yang mengungkapkan bahwa wanita dirasa selain lebih teliti dan sabar, juga dianggap memiliki daya pikat dalam mempengaruhi suasana penjualan atau pelayanan. Hal ini terlihat bahwa baru-baru ini peternakan sapi pun menjadikan wanita cantik sebagai pramuniaga yang langsung melayani konsumen.<sup>93</sup> Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konstruksi gender di masyarakat mengenai kecantikan serta sifat yang dimiliki perempuan berkaitan erat dengan posisi perempuan dalam dunia kerja. Dalam hal ini adalah perempuan yang berprofesi sebagai *SPG event* yang kemudian kecantikan dan sifat yang dimilikinya sangat mempengaruhi bagaimana eksistensi mereka dalam dunia kerjanya sebagai *SPG event*.

### **C. Stigma hingga Eksploitasi terhadap SPG Event**

Setelah membahas bagaimana konstruksi gender di masyarakat mengenai SPG

---

<sup>92</sup>Mansour Fakih, *Loc. Cit.*,

<sup>93</sup>Dinny Andriyani Wijaya, *Loc. Cit.*,

*event*. pada subbab ini selanjutnya akan dibahas mengenai bagaimana stigma masyarakat terhadap SPG *event* yang memicu terjadinya eksploitasi pada tubuh perempuan. Seperti yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya bahwa penampilan fisik merupakan salah satu aspek yang penting untuk diterima menjadi SPG *event*. Hal ini disebabkan oleh stereotipe yang di konstruksi masyarakat bahwa seorang perempuan adalah sosok yang cantik yang tentunya memiliki sifat ramah, lembut serta memiliki daya pikat sehingga dianggap cocok untuk menjadi garda terdepan dalam penjualan.

Secara umum stigma merupakan pandangan yang membuat seseorang “tidak begitu manusiawi” di mata orang lain.<sup>94</sup> Kaitan definisi stigma terhadap SPG *event* adalah banyak masyarakat yang masih memandang sebelah mata akan pekerjaan seorang SPG *event*. Bagi masyarakat, profesi SPG *event* adalah pekerjaan yang membutuhkan fisik yang cantik sebagai modal untuk bisa bekerja. Akan tetapi, hasil temuan pada penelitian ini adalah menjadi seorang SPG *event* tidak hanya membutuhkan fisik yang cantik, tetapi juga membutuhkan keahlian lain seperti kemampuan komunikasi yang baik. Sebab, bagaimanapun tugas seorang SPG *event* adalah untuk menjelaskan jenis produk kepada konsumen serta meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Namun bagi SPG *event* sendiri, di luar stigma negatif dari masyarakat yang

---

<sup>94</sup>Sih Martiani, *Makan Merokok pada Remaja Putri Perokok*, Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan, Volume 3, Nomor 2, Agustus 2014 (di akses dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jppp4111b62529full.pdf> pada tanggal 23 Januari 2015 pukul 13.00 wib)

memandang profesi SPG *event*, ternyata menjadi seorang SPG *event* dapat menjadi sebuah peluang untuk mendapatkan penghasilan yang terbilang besar. Pendapatan tersebut pun berdasarkan *grade* yang di tempati. Istilah *grade* dalam SPG *event* untuk membedakan tingkatan SPG *event* serta pembayaran yang akan diterima. Seperti *grade A+* yang merupakan perempuan dengan kualitas terbaik. Selain memiliki kriteria cantik, menarik, berkulit bersih, badan ideal, serta komunikasi yang baik. Tinggi badan yang mereka miliki biasanya sekitar 170cm ke atas dengan pembayaran yang dinegosiasikan.

Selanjutnya SPG *grade A*, memiliki beberapa kesamaan dengan SPG *grade A+* yaitu cantik, menarik, berkulit bersih, badan ideal, komunikatif, yang membedakan adalah tinggi badan yang dimiliki yaitu antara 165cm-169cm dengan pembayaran antara Rp 500.000,- hingga Rp 600.000,-. Lain halnya untuk menjadi *grade B* kriteria yang harus dimiliki seorang SPG adalah menarik, badan ideal, kulit bersih serta tinggi badan antara 162cm-165cm dengan pembayaran antara dari Rp 300.000,- sampai Rp 400.000,-.

Sedangkan untuk kriteria *grade C* ini biasanya hanya menarik dalam penampilannya, mempunyai badan ideal, serta tinggi badan minimal 160cm namun diwajibkan memiliki kemampuan menjual yang baik. Biasanya pembayaran SPG *grade* ini sekitar Rp 150.000,- sampai Rp 250.000,-. Terakhir, kriteria yang perlu dimiliki *grade D* hanyalah tinggi badan minimal 157cm serta kemampuan menjual yang baik seperti pada *grade C*. SPG *event grade* ini memiliki pembayaran yang

paling rendah di antara *grade* lainnya yaitu sekitar Rp 100.000,- sampai dengan Rp 150.000,-. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bahwa penampilan fisik serta kemampuan komunikasi atau promosi seorang SPG *event* sangat penting dan dapat menentukan *grade* serta besarnya honor yang akan didapatkan.

Meskipun demikian, menjadi seorang SPG *event* yang berada dalam *grade* teratas, tidak selalu berjalan mulus dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan tawaran gaji yang besar tentu saja terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi SPG *event* seperti berpakaian terbuka. Seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa penampilan fisik yang menarik menjadi hal yang wajib, hal ini telah menjadi ketentuan dari perusahaan ataupun dimaknai sendiri bagi para SPG sebagai tuntutan pekerjaan. Penampilan fisik SPG *event* berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, penampilan tersebut didukung dengan seragam yang menunjukkan kemolekan tubuhnya serta riasan *make up* yang digunakan demi mempercantik diri SPG *event* itu sendiri.

Dalam hal ini SPG *event* dijadikan bagian dari komoditi perusahaan. Karena tidak hanya menyediakan tenaga tetapi SPG *event* harus berpenampilan menarik, tersenyum, dan lain-lain demi meningkatkan omzet penjualan.<sup>95</sup> Seperti yang diungkapkan Herbert Rittlinger dalam Rendra bahwa fisik perempuan memiliki daya tarik tersendiri. Tidak heran bila manusia jenis kelamin ini menjadi sasaran favorit berbagai pihak dan profesi, baik fotografer, kameramen, pengiklan, pemasar, dan

---

<sup>95</sup>Rahmat Safa'at, *Kayawan Perempuan Perlindungan Hukum dan Hak Asasi Manusia*, (Malang: IKIP Malang, 1988) hlm. 65

sebagainya. Daya tarik perempuan ini memang khas, unik dan spesifik yang tidak bisa ditemui pada manusia berjenis kelamin laki-laki.<sup>96</sup>

Pernyataan di atas menunjukkan bahwasaya perempuan terlihat seperti objek bagi para penguasa modal. Dengan segala daya tarik yang dimiliki oleh perempuan menjadikan sasaran dalam dunia kerja khususnya profesi *SPG event*. Hal ini disebabkan perusahaan lebih tertarik dengan *SPG event* yang memiliki penampilan fisik menarik. Penampilan fisik menarik sendiri diantaranya dimaknai perempuan yang tinggi, langsing dan memakai hak tinggi serta menggunakan *make up* sebagai penunjang penampilannya. Hal tersebut dianggap akan lebih menarik konsumen, sehingga menyebabkan EO hanya mencari perempuan yang memiliki kriteria tersebut untuk dapat menjadi seorang *SPG event*.

Berdasarkan hasil temuan penulis fenomena ini dialami oleh AD dan OE yang bekerja sebagai *SPG event*. OE mengaku melalui kecantikan serta kemampuan komunikasinya seorang *SPG event*, diharapkan mampu menjualkan produknya kepada konsumen lebih cepat terutama pada konsumen laki-laki. Hal ini membuktikan bahwa penampilan fisik perempuan sebagai *SPG event* dijadikan konsumsi publik oleh para kapitalis untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Dengan demikian secara tidak langsung perusahaan telah mengeksploitasi tubuh *SPG event* sebagai perempuan.

---

<sup>96</sup>Rendra Widyatama, *Bias Gender dalam IklanTelevisi*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006) hlm. 1



#### **D. Kerentanan SPG *Event* di Dunia Kerja**

Setelah membahas bagaimana konstruksi gender di masyarakat mengenai kecantikan serta sifat yang dimiliki perempuan mempengaruhi posisi perempuan sebagai SPG *event*. Pada subbab ini selanjutnya penulis akan menganalisis bagaimana kerentanan SPG *event* dalam dunia kerja. Seperti subbab sebelumnya, penulis juga akan mengkaji dengan menggunakan perspektif gender, di mana perempuan memiliki kerentanan di masyarakat yang kemudian mempengaruhi kehidupan mereka dalam dunia kerja.

Dapat dikatakan bahwa relasi gender jelas berdampak sangat signifikan dalam kehidupan keseharian antara laki-laki dan perempuan. Perempuan karena konstruksi sosial yang menempatkan dirinya di wilayah domestik, membuat perempuan memiliki lebih sedikit akses terhadap sumberdaya, mobilitas individu, hingga pekerjaan.<sup>97</sup> Sehingga dapat dikatakan bahwa perempuan memiliki kerentanan di masyarakat akibat konstruksi masyarakat itu sendiri. Kerentanan perempuan tidak hanya terjadi pada struktur di masyarakat tetapi juga pada struktur pekerjaan. Pekerjaan yang dimaksud adalah sebagai SPG *event*.

Dapat dilihat bahwa posisi SPG *event* dalam dunia kerja SPG merupakan posisi yang dapat dikatakan rentan. Hal ini dapat dilihat dari problematika yang mereka alami ketika mereka bekerja. Berdasarkan hasil penelitian penulis, dalam menjalankan pekerjaannya SPG *event* mengalami beberapa problematika yang

---

<sup>97</sup>Titin Murtakhamah, *Pentingnya Pengarusutamaan Gender Dalam Program Pengurangan Risiko Bencana*, Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial, Volume 2 Nomor 1, Juni 2013, hlm. 41

disebabkan oleh EO yang menaungi dirinya. Salah satunya adalah pekerjaan yang tidak menentu. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa SPG *event* bukanlah pegawai tetap. Pekerjaannya dilakukan hanyalah ketika ada *event* tertentu, sehingga tidak dipastikan datangnya waktu pekerjaan. Tidak menentunya *event* dari EO mempengaruhi penghasilan mereka yang memang menjadikan profesi SPG *event* sebagai pekerjaan utama.

Kerentanan SPG *event* selanjutnya adalah terlihat dari pembayaran yang tidak tepat waktu maupun penggelapan upah dari EO. Mengingat kembali pembahasan sebelumnya, bahwa penampilan fisik merupakan modal utama SPG *event* dalam bekerja. Apabila mereka mengalami pembayaran yang tidak tepat waktu, maka tidak hanya pemenuhan kebutuhan utama yang terhambat tetapi juga kebutuhan lainnya sebagai penunjang pekerjaan mereka pun terhambat seperti untuk membeli *make up* ataupun melakukan perawatan seperti yang ungkapkan oleh OE. Dalam kasus ini, dapat dikatakan bahwa SPG *event* mengalami kerentanan dalam memenuhi kebutuhannya yang salah satunya berfungsi sebagai modalnya dalam bekerja. Kerentanan SPG *event* dalam pekerjaan inilah yang mengakibatkan SPG *event* membutuhkan cara untuk dapat bertahan di tengah problematika yang mereka alami.

## **E. Mekanisme SPG *Event* dalam Mempertahankan Eksistensi**

### **1. Mekanisme Ekonomi**

Kehidupan manusia selalu dihadapkan pada berbagai persoalan bagaimana mereka berusaha memenuhi kebutuhan pokoknya. Upaya pemenuhan kebutuhan

tersebut dapat diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan perekonomian, salah satunya dengan cara bekerja. Dalam penelitian ini, perempuan yang bekerja sebagai SPG *event* dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya menjadi fokus utama untuk diteliti. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa SPG *event* memiliki beberapa problematika yang dihadapi dalam pekerjaannya baik dalam bidang sosial maupun ekonomi. Dapat dikatakan bahwa problematika yang dihadapi oleh SPG *event* ini berkaitan erat dengan kelangsungan hidup mereka. Jika hal tersebut terjadi, maka dalam menjaga kelangsungan hidupnya SPG *event* mempergunakan beberapa bentuk strategi untuk mempertahankan eksistensinya di tengah problematika yang mereka hadapi.

SPG *event* merupakan pegawai yang tidak terikat kontrak dengan suatu perusahaan. Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, sebagai pegawai yang tidak terikat kontrak, jadwal bekerja SPG *event* ditentukan oleh ada atau tidaknya *event* yang sedang berjalan dari suatu perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis menemukan bahwa SPG *event* mengalami permasalahan dengan ketidakpastian akan datangnya pekerjaan.

Ketidakpastian ini menyebabkan penghasilan mereka menjadi tidak pasti sehingga pemenuhan kebutuhan hidup dirinya dan keluarga akan terhambat. Mau tidak mau keadaan ini memaksa mereka untuk memikirkan suatu cara agar pemenuhan akan kebutuhan keluarga mereka tidak terganggu. Dengan demikian SPG

*event* harus memikirkan strategi lain untuk memenuhi kebutuhan pokok keluarga mereka.

Salah satu strategi bertahan yang paling sederhana adalah melakukan penghematan dari berbagai kebutuhan.<sup>98</sup> Penghematan di sini diartikan sebagai upaya mengurangi konsumsi. James C. Scott salah satu tokoh yang memiliki pandangan mengenai mekanisme bertahan di masa sulit. Salah satu mekanismenya adalah dengan melakukan penghematan, yang diadaptasi oleh SPG *event* sebagai mekanisme bertahan mereka ditengah problematika yang mereka hadapai.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa terdapat tiga informan yang melakukan penghematan pengeluaran dalam rangka mempertahankan eksistensinya yaitu AD, BS dan DA. Mereka mengungkapkan bahwa penghasilan yang mereka dapatkan sangatlah tidak menentu, tergantung *event* yang mereka kerjakan. Meskipun penghasilan yang mereka dapatkan tidak menentu, mereka harus tetap memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Pada dasarnya kebutuhan setiap SPG *event* berbeda. Oleh karena itu, penulis membagi kebutuhan menjadi dua, yaitu kebutuhan fisiologis (primer) dan kebutuhan sosial (sekunder). Kebutuhan dalam penelitian ini mengacu pada kebutuhan yang dijelaskan oleh Maslow. Kebutuhan fisiologis yaitu berkaitan dengan kebutuhan

---

<sup>98</sup>Abdul Hakim, *Strategi Kelangsungan Hidup Perempuan Mantan Buruh Migran (Studi Kasus Mantan Buruh Migran Kaliwedi Kabupaten Cirebon)*, Jurnal Widyaiset Volume 14 No. 1, 2011, hlm. 264

untuk makan dan kebutuhan jasmani lainnya, sedangkan kebutuhan sosial yaitu salah satunya adalah pengakuan atas dirinya dalam lingkungan sosial.<sup>99</sup>

Dalam penelitian ini AD melakukan penghematan dalam memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan fisiologis maupun kebutuhan sosial. Penghematan kebutuhan fisiologis yang dilakukan oleh AD adalah dengan cara mengurangi uang jajannya. AD memanfaatkan lingkungan pertemanannya untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, seperti kebutuhan untuk makan di kampusnya. Hal ini disebabkan lingkungan pertemanan AD yang mayoritas adalah seorang laki-laki sehingga ia tidak merasa sungkan untuk memanfaatkan mereka dengan meminta mereka membayarkan makanannya. Selain melakukan penghematan kebutuhan fisiologis, AD juga melakukan penghematan kebutuhan sosial yaitu kebutuhan akan hiburan. Dalam hal ini, penghematan kebutuhan akan hiburan yang dimaksud oleh AD adalah dengan cara mengurangi intensitas pergi atau *hangout* bersama teman-temannya.

Kemudian, dalam mempertahankan eksistensi BS juga menggunakan strategi yang sama yaitu melalui penghematan. Berbeda dengan AD, penghematan yang dilakukan oleh BS hanya melalui penghematan kebutuhan fisiologis. BS melakukan penghematan dengan cara mengurangi pembelian bahan pangan yang berlebihan, seperti memilih untuk mengkonsumsi telur daripada ayam. Ketika bekerja pun BS lebih memilih untuk membawa bekal, hal ini efektif untuk mendukung penghematan

---

<sup>99</sup>Frank G. Goble, *Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*, terj. Supratiknya, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), hlm. 74

yang ia lakukan dalam rangka mempertahankan eksistensi. Selain menekan kebutuhan makan, BS juga menekan pengeluaran kebutuhan rumah tangga yang lain, seperti untuk membeli sabun. Dalam masa sulit BS lebih memilih untuk menggunakan sabun batang daripada sabun cair.

Selanjutnya, DA pun melakukan penghematan ketika sedang dalam masa sulit. Namun, dalam hal ini penghematan yang dilakukan oleh DA hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan sosial. Seperti mengurangi pembelian tas dan sepatu, dan lebih memilih untuk menggunakan tas dan sepatu yang lama. Selain itu, mengurangi pembelian *make up* dan keperluan lainnya yang tidak begitu penting, seperti untuk pergi jalan-jalan baik bersama keluarga maupun bersama teman.

DA tidak melakukan penghematan pada kebutuhan fisiologis dengan alasan kebutuhan fisiologis keluarganya telah dipenuhi oleh sang suami. Berbeda dengan ketiga informan di atas, OE tidak melakukan penghematan baik untuk kebutuhan fisiologis maupun kebutuhan sosial, dan lebih memilih menggunakan mekanisme lain untuk mempertahankan eksistensinya. Berikut tabel penghematan yang dilakukan oleh SPG event sebagai salah satu mekanisme bertahan

**Tabel 4.1**  
**Penghematan SPG Event**

No.	SPG Event	Penghematan	Cara
1.	AD	➤ Kebutuhan Fisiologis ➤ Kebutuhan Sosial	➤ Memanfaatkan lingkungan pertemanan ➤ Mengurangi <i>hangout</i>
2.	BS	➤ Kebutuhan Fisiologis	➤ Mengurangi pembelian bahan makanan dan kebutuhan rumah tangga yang berlebihan ➤ Membawa bekal ketika bekerja
3.	DA	➤ Kebutuhan Sosial	➤ Mengurangi pembelian tas, sepatu, <i>make up</i> dan <i>hangout</i>

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Dalam penelitian ini penjelasan mengenai mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* sesuai dengan pandangan James C. Scott. Scott, dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam masa sulit seseorang biasanya melakukan beberapa mekanisme untuk mempertahankan hidupnya.

*.... the peasant family must somehow survive those years when the net yield of resources fall below basic needs. How do they make do? In part, they may tighten their belts further by eating only one meal each day and switching to poorer foods.”<sup>100</sup>*

Penjelasan Scott di atas adalah bahwa keluarga petani harus bertahan ketika hasil panennya atau sumber-sumber lainnya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Lalu sebagian dari mereka mengikat sabuk mereka lebih kencang.

Konsep mengikat sabuk lebih kencang memiliki pengertian melakukan penghematan dengan cara mengurangi makan hanya sekali dan beralih ke makanan yang mutunya lebih rendah. Dalam penelitian ini, penghematan yang dilakukan oleh AD, BS dan DA merujuk pada salah satu mekanisme bertahan yang dikemukakan oleh James C. Scott yaitu menekan pengeluaran untuk kebutuhan. Namun, penulis tidak menggunakan istilah mengikat sabuk lebih kencang seperti yang dikemukakan oleh Scott.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan istilah mekanisme ekonomi sebagai salah satu mekanisme yang dilakukan oleh SPG *event* dalam mempertahankan eksistensi. Istilah mekanisme ekonomi ini merujuk pada

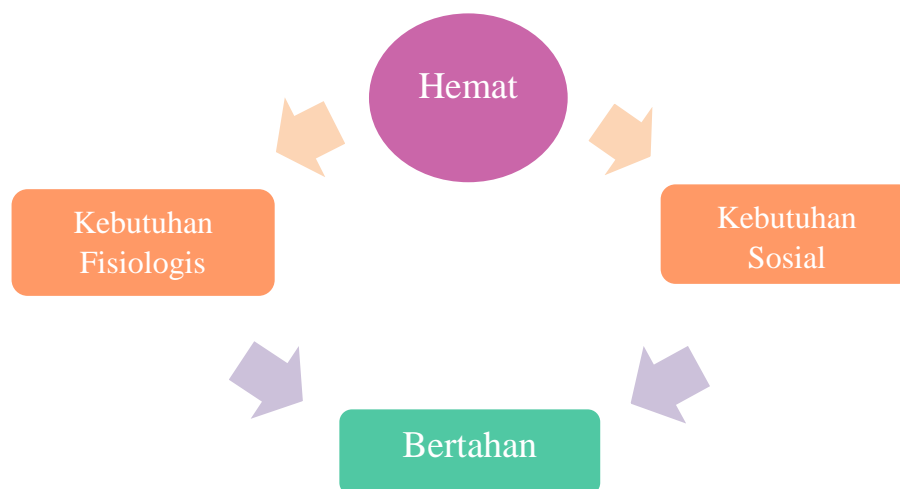
---

<sup>100</sup> James C. Scott, *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*, (New Haven and London: Yale University Press, 1976), hlm. 26

penghematan akan pengeluaran kebutuhan SPG *event*. Pengeluaran kebutuhan yang dimaksud SPG *event* adalah pengeluaran untuk kebutuhan fisiologis seperti biaya untuk makan, biaya untuk membeli sabun, biaya untuk membeli keperluan rumah tangga, dan lain-lain.

Selain itu, SPG *event* juga mengurangi pengeluaran akan kebutuhan sosial yang cenderung berpola konsumtif dan hidup mewah. Dalam hal ini pengeluaran kebutuhan sosial yang dimaksud SPG *event* adalah pengeluaran untuk membeli tas, membeli sepatu, membeli *make up*, mengurangi *hangout* (berkumpul) bersama dalam lingkungan sosial, baik lingkungan pertemanan maupun lingkungan keluarga. Berikut skema penjelasan mekanisme ekonomi yang dilakukan oleh SPG *event* dalam rangka mempertahankan eksistensi.

**Skema 4.1**  
**Mekanisme Ekonomi SPG *Event***



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)



Berdasarkan skema 4.1 dapat dilihat bahwa mekanisme ekonomi yang dilakukan oleh SPG *event* adalah dengan melakukan penghematan pengeluaran. Penghematan yang dilakukan SPG *event* berfungsi untuk mempertahankan eksistensi. Untuk dapat bertahan SPG *event* harus melakukan penghematan akan kebutuhan fisiologis dan penghematan akan kebutuhan sosial. Dalam hal ini kebutuhan fisiologis mencakup kebutuhan makan dan kebutuhan rumah tangga masing-masing SPG *event*, yaitu kebutuhan untuk membeli sabun dan keperluan rumah tangga lainnya. Selanjutnya adalah kebutuhan sosial yang mencakup kebutuhan untuk berbelanja keperluan pribadi seperti membeli *make up* dan kebutuhan akan hiburan seperti *hangout* (berkumpul) bersama teman maupun keluarga.

Dengan demikian, dalam penelitian ini upaya yang dilakukan oleh SPG *event* untuk mempertahankan eksistensi sesuai dengan yang dikemukakan oleh Scott, yaitu dengan cara melakukan penghematan. Penelitian ini kemudian diperkuat oleh jurnal yang ditulis oleh Zulfikri Sulaiman yang berjudul *Strategi Bertahan Buruh Kontrak PT. Metrox Group Jakarta Dalam Memenuhi Kebutuhan Pokok*. Dalam jurnal yang ditulis oleh Zulfikri terdapat persamaan dengan yang dilakukan oleh penulis. Kedua penelitian ini memiliki perbedaan latar belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Scott.

Tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis sama dengan yang dilakukan oleh Zulfikri, yaitu sesuai dengan pandangan Scott dalam mempertahankan eksistensi seseorang melakukan penghematan pengeluaran atau

dalam istilah Scott adalah mengikat sabuk lebih kencang. Hasil penelitian penulis dan penelitian Zulfikri sama-sama menemukan bahwa seseorang dalam upaya mempertahankan eksistensi di masa sulit menggunakan salah satu mekanisme yang diungkapkan oleh Scott, yaitu mengikat sabuk lebih kencang. Dalam hal ini adalah dengan cara melakukan penghematan atau penekanan pengeluaran akan kebutuhan hidup keluarga masing-masing.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Zulfikri, yaitu keluarga buruh kontrak dalam upaya mempertahankan eksistensi adalah dengan mengurangi frekuensi makan, dan menyesuaikan penghasilan yang mereka peroleh dengan pola makan dan menu makannya, tidak mengonsumsi barang-barang mewah, dan beralih mengonsumsi makan yang kualitasnya rendah.<sup>101</sup> Serupa dengan Zulfikri, penelitian penulis mengenai SPG *event* dalam mempertahankan eksistensi pun dengan jalan yang sama yaitu menekan pengeluaran kebutuhan tetapi dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian ini SPG *event* tidak mengurangi frekuensi makan yaitu dengan jalan makan hanya sekali, tetapi lebih mengurangi konsumsi akan barang-barang mewah seperti mengganti ayam dengan telur atau lebih memilih menggunakan sabun batang dibandingkan sabun cair. Selain itu, SPG *event* juga menekan kebutuhan sosial yang seperti menggunakan tas atau sepatu yang lama atau mengurangi *hangout* (berkumpul) bersama dengan teman maupun keluarga.

---

<sup>101</sup>Zulfikri Sulaiman, dkk, *Strategi Bertahan Buruh Kontrak PT. Metrox Group Jakarta Dalam Memenuhi Kebutuhan Pokok (Studi Pada PT. Metrox Group Jakarta)*, Jurnal Sosiologi, 2014, hlm. 5 (di akses dari [http://www.akademik.unsri.ac.id/paper3/download/paper/TA\\_07111002002.pdf](http://www.akademik.unsri.ac.id/paper3/download/paper/TA_07111002002.pdf) pada tanggal 6 Desember 2015 pukul 14.00 WIB)

## 2. Mekanisme Alternatif Subsistensi

Selain membuat skala prioritas dan hidup berhemat seperti yang dilakukan oleh SPG *event* pada sub bab sebelumnya, hal lain yang setidaknya dapat dilakukan yakni SPG *event* tidak boleh jika hanya mengandalkan penghasilan dari SPG *event*. Mereka seharusnya memiliki kegiatan atau pekerjaan sampingan lain selain menjadi SPG *event*. Hal ini disebabkan apabila mereka menghadapi permasalahan dalam pekerjaannya setidaknya para SPG *event* tidak mengalami kesusahan atau kekurangan.

Di samping mereka akan tetap bertahan menjadi seorang SPG *event* sebagai mata pencaharian utama mereka, namun mereka juga dapat melakukan hal lain seperti berdagang sebagai pekerjaan sampingan mereka. Sehingga nantinya jika terdapat problematika dalam pekerjaannya setidaknya SPG *event* masih memiliki pilihan kegiatan lain yang dapat di andalkan. Seperti yang diungkapkan oleh Scott bahwa ketika krisis yang dialami petani berlarut-larut, maka ia tidak hanya bisa mengandalkan hidupnya hanya dengan siasat berhemat.<sup>102</sup>

*“...at the family level, there are a variety of subsistence alternatives which we may group under the heading “self-help”. This may include petty trade, small crafts, casual wage labor, or even migration.”*<sup>103</sup>

Penjelasan Scott di atas adalah pada tingkat keluarga petani terdapat berbagai alternatif subsistensi, yang dapat digolongkan sebagai “swadaya”. Hal itu dapat mencakup kegiatan-kegiatan kecil seperti berjualan kecil-kecilan, bekerja sebagai

---

<sup>102</sup> James C. Scott, 1981, *Op. Cit.*, hlm. 40

<sup>103</sup> James C. Scott, 1976, *Op. Cit.*, hlm. 26-27

tukang kecil, sebagai buruh lepas, atau bahkan bermigrasi. Dalam penelitian ini SPG *event* di perkotaan juga melakukan prinsip yang sama yaitu kegiatan swadaya, dengan tujuan mendapat penghasilan lain selain dari pekerjaannya sebagai SPG *event*. Kegiatan swadaya yang dipilih oleh SPG *event* sebagai alternatif subsistensi adalah dengan berjualan kecil-kecilan.

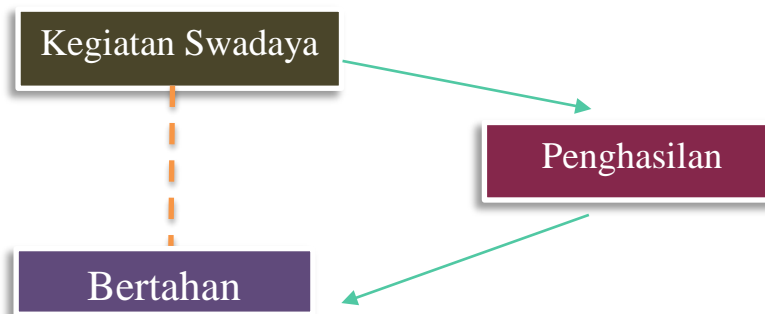
Berdasarkan hasil penelitian penulis menemukan dua SPG *event* yang melakukan kegiatan swadaya sebagai alternatif subsistensi, yaitu BS. Tidak bisa jika hanya mengandalkan penghasilan sebagai SPG *event* hal itulah yang dirasakan oleh BS. Semakin banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan fisiologis maupun kebutuhan sosial, BS tidak bisa jika hanya mengandalkan satu pekerjaan saja. Dalam hal ini untuk mengatasinya BS mempunyai usaha sampingan atau melakukan kegiatan swadaya seperti apa yang telah diuraikan Scott sebelumnya pada kondisi masyarakat petani. Bahwasannya dalam menghadapi kebutuhan hidup petani rela melakukan apa saja termasuk jika harus melakukan kegiatan swadaya atau memiliki pekerjaan lain atau sampingan.

Dalam melakukan kegiatan swadaya, BS memilih untuk berjualan keperluan rumah tangga seperti seprei, *bedcover* dan *tupperware*. BS memilih sistem kredit dengan jangka waktu 3 bulan untuk menjual barang dagangannya kepada tetangga maupun kepada teman dilingkungan kerjanya. Meskipun keuntungan yang ia dapatkan tidak seberapa, tetapi keuntungan yang ia hasilkan dapat digunakan sebagai tambahan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya sehari-hari. Dengan demikian,

selain mengandalkan penghasilannya sebagai *SPG event*, BS juga mendapat penghasilan tambahan dari kegiatan berjualan yang dilakukannya.

Lain halnya dengan AD, DA dan OE yang tidak memanfaatkan kegiatan swadaya sebagai alternatif subsistensi dalam rangka mempertahankan eksistensi mereka, dengan alasan tidak memiliki bakat untuk mendagangkan barang pribadi. Berdasarkan penuturan kedua informan mengenai kegiatan swadaya yang mereka lakukan sebagai mekanisme alternatif subsistensi, berikut skema penjelasannya.

**Skema 4.2**  
**Kegiatan Swadaya sebagai Mekanisme Alternatif Subsistensi**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan swadaya merupakan salah satu mekanisme bertahan yang dilakukan oleh *SPG event* dalam rangka mempertahankan eksistensi sesuai dengan pandangan Scott. Dalam penelitiannya Scott mengungkapkan kegiatan swadaya ini merupakan strategi yang paling dapat diandalkan oleh petani saat itu, karena tidak tergantung dengan bantuan orang lain.<sup>104</sup> Sesuai dengan yang diungkapkan oleh Scott, dalam penelitian ini *SPG event*

<sup>104</sup>James C. Scott, 1981, *Op. Cit.*, hlm. 40

memanfaatkan kegiatan swadaya sebagai alternatif subsistensi dalam rangka mempertahankan eksistensinya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kegiatan berjualan sebagai tambahan penghasilan merupakan salah satu contoh dari tindakan swadaya yang dilakukan oleh BS sebagai mekanisme alternatif subsistensi.

### **3. Mekanisme Jaringan**

Setelah membahas mekanisme bertahan yang dilakukan oleh SPG *event* pada sub bab sebelumnya, yaitu dengan melakukan penghematan atau menekan pengeluaran akan kebutuhan hidup serta melakukan kegiatan swadaya, pada sub bab ini akan dibahas mekanisme bertahan SPG *event* yang ketiga yaitu mengenai mekanisme jaringan yang dimiliki SPG *event*. Ketidakpastian pekerjaan sebagai SPG *event*, menyebabkan SPG *event* memanfaatkan fungsi dari jaringan sosial yang dimiliki sebagai salah satu cara mengatasi persoalan yang mereka hadapi. Terlepas dari problematika SPG *event*, seorang SPG *event* juga merupakan makhluk sosial di mana ia tidak akan bisa hidup sendiri tanpa adanya bantuan orang lain.

Oleh karena itu seorang SPG *event* tidak akan bisa bekerja sendirian jika ia tidak dibantu oleh orang lain sebagai sumber informasi dan ketersediaan pekerjaan. Jaringan sosial dalam SPG *event* dibangun dengan tujuan akan informasi ketersediaan pekerjaan yang mereka butuhkan. Dalam penelitian ini terdapat dua jaringan sosial yang dibangun oleh SPG *event* dalam dunia kerja. Pertama, jaringan sosial vertikal yakni jaringan yang dibangun dengan EO. Kedua, jaringan sosial horizontal yakni jaringan yang dibangun dengan SPG lain. Berikut penjelasan kedua

jaringan sosial yang dibangun oleh SPG *event* dalam dunia kerja.

#### **a. Jaringan Sosial Horizontal**

Jaringan sosial memainkan peranan penting dalam alokasi pekerjaan dalam pasar tenaga kerja.<sup>105</sup> Granovetter dalam Damsar memperlihatkan bahwa suatu ikatan, apapun bentuknya; lemah atau kuat, memberikan kemudahan dalam menjalankan kehidupan. Suatu ikatan jaringan yang kuat memberikan basis motivasi yang lebih besar untuk saling membantu dan lebih cepat untuk saling memberikan bantuan, ikatan kuat misalnya, memudahkan seseorang untuk mengetahui ketersediaan suatu pekerjaan.<sup>106</sup> Dalam kaitannya dengan penelitian ini, jaringan sosial yang dimaksud adalah jaringan sosial yang dibangun SPG *event* dengan SPG *event* lain, dengan tujuan sebagai jembatan antara keduanya untuk saling bertukar informasi pekerjaan.

Berdasarkan penuturan dari beberapa SPG *event* yang menjadi informan, hasil penelitian menemukan bahwa terdapat empat SPG *event* yang membangun jaringan sosial dengan SPG *event* yang lain. Dalam hal ini jaringan sosial yang dimaksud adalah hubungan sosial yang baik antar sesama SPG *event*. Keempat informan mengungkapkan bahwa ketika mereka bekerja, tentunya mereka membangun hubungan pertemanan antar sesama SPG *event*. Sehingga seiring berjalannya waktu hubungan kedekatan di antara mereka mulai terjalin.

Kedekatan ini terlihat ketika SPG *event* saling berjanji untuk pergi

---

<sup>105</sup>Damsar, *Op. Cit.*, hlm. 169

<sup>106</sup>*Ibid.*, hlm. 170

beristirahat dari jam kerjanya secara bersama-sama. Tidak jarang mereka saling bercerita mengenai EO tempat mereka bekerja, keluarga bahkan hubungan percintaan. Mereka mengaku kedekatan mereka di lingkungan kerja biasanya meningkat pada tahapan yang lebih dekat, hal ini terlihat ketika mereka saling bertukar kontak BBM maupun nomor ponsel.

Keempat informan mengungkapkan bahwa ketika mereka bekerja, mereka selalu bertukar BBM maupun nomor ponsel kepada kawan sesama SPG *event*. Seperti BS yang mengungkapkan bahwa ia selalu bertukar kontak BBM ataupun nomor ponselnya dengan kawan sesama SPG *event*. Tujuannya selain untuk silaturahmi adalah mendapatkan informasi pekerjaan dari kawan sesama SPG *event*, ketika sedang tidak ada *event* dari EO yang menaunginya.

Seperti yang diungkapkan oleh Scott sanak saudara atau kerabat biasanya merasa berkewajiban untuk berbuat apa yang dapat diperbuat untuk menolong seorang kerabat yang sedang dalam kesulitan.<sup>107</sup> Berdasarkan ungkapan keempat informan, kedekatan yang dijalin SPG *event* dengan kawan sesama SPG *event* di lingkungan kerja seperti yang telah dijelaskan di atas, menjadikan kawan sesama SPG *event* merasa memiliki kewajiban untuk membantu SPG *event* ketika sedang dalam kesulitan, sehingga mereka memberikan informasi ketersediaan pekerjaan kepada SPG *event*. Akan tetapi pekerjaan yang diberikan oleh kawan SPG *event* adalah dengan harapan timbal balik, yaitu mereka akan dibantu ketika mereka yang berada dalam kesulitan. Hal ini diungkapkan oleh

---

<sup>107</sup>James C. Scott, 1981, *Op. Cit.*, hlm. 41



Scott, di mana seseorang memberi bantuan adalah atas dasar timbal balik.<sup>108</sup> Sehingga kawan sesama SPG *event* memberikan informasi mengenai pekerjaan kepada SPG *event* demi hubungan yang timbal balik tersebut.

Selain BS, ketiga informan lainnya yaitu OE, DA dan AD pun mengaku mereka selalu bertukar kontak BBM maupun nomor ponsel untuk menjalin silaturahmi dengan kawan sesama SPG *event* dilingkungan kerja. Tujuan mereka pun sama yaitu selain untuk menjaga silaturahmi, jaringan sosial mereka gunakan untuk bertukar informasi mengenai ketersediaan pekerjaan oleh EO yang bersangkutan. OE mengungkapkan bahwa beberapa pekerjaan yang ia dapatkan merupakan hasil informasi dari seorang teman yang juga sesama SPG *event*.

Menurut OE, selain dapat bertukar informasi mengenai pekerjaan, jaringan sosial OE dengan kawan sesama SPG *event* digunakan untuk menambah referensi EO yang dapat dijadikan sebagai wadah informasi pekerjaan baginya. Berbeda dengan DA, ia mengaku pernah menjalin hubungan yang tidak baik dengan SPG *event* ketika sedang bekerja. Kawan sesama SPG *event* di tempat DA saat itu bekerja, menuduh DA menyerobot pelanggannya. Tetapi hal itu tidak dijadikan sebagai penghalang untuk berhubungan baik dengan SPG *event* lainnya. DA mengaku permasalahan seperti itu merupakan hal yang biasa terjadi.

---

<sup>108</sup> *Ibid.*

### **b. Jaringan Sosial Vertikal**

Dalam penelitian ini, jaringan sosial vertikal terkait dengan jaringan sosial yang ada di antara SPG *event* dan juga EO. Membahas mengenai jaringan sosial vertikal SPG *event* sebagai salah satu mekanisme bertahan, penulis terlebih dahulu akan membahas mengenai problematika SPG *event* yang disebabkan oleh EO. Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa terdapat beberapa problematika yang dialami SPG *event* berkaitan dengan EO. Seperti pembayaran yang tidak tepat waktu dan penggelapan upah, yang berkaitan dengan terhambatnya pemenuhan kebutuhan keluarga SPG *event*. Hal ini menyebabkan timbulnya ketidakpercayaan SPG *event* terhadap beberapa EO.

Berdasarkan hasil temuan penulis, keempat informan memanfaatkan jaringan sosial secara vertikal yaitu jaringan sosial yang dibangun dengan EO. Keempat informan mengaku bahwa mereka selalu menjalin hubungan yang baik dengan EO di mana mereka bekerja dengan cara menjaga kepercayaan dan berusaha untuk saling menghargai. Menjaga kepercayaan dan saling menghargai yang dimaksud adalah tidak melakukan sesuatu yang merugikan EO dan juga perusahaan. Seperti selalu memanfaatkan waktu semaksimal mungkin untuk berjualan untuk mencapai target, selalu bekerja keras, selalu datang tepat waktu ketika sedang bekerja, konsisten terhadap pekerjaan, memberi kabar ketika tidak hadir bekerja, tidak menyusahkan ketika sedang bekerja, dan lain sebagainya. Dengan begitu, EO akan membantu apabila mereka membutuhkan informasi

pekerjaan, sehingga kerja sama di antara mereka terus berlanjut.

Seperti yang diungkapkan oleh Scott mengenai jaringan antara patron dan klien bahwa seorang patron dalam definisinya adalah orang yang berada dalam posisi untuk membantu klien-kliennya.<sup>109</sup> Hubungan dalam dunia SPG *event* tidak dapat dilaksanakan seperti yang dilakukan oleh buruh tani kepada pemilik modal yaitu dengan cara berhutang. Hal ini disebabkan dalam dunia SPG *event* tidak dikenal dengan istilah *cash-bon*.

Dalam penelitian ini, hubungan *patron-klien* dapat dilihat dari informasi pekerjaan yang diberikan oleh EO kepada SPG *event*. Di mana EO yang berada dalam posisi *patron* untuk membantu para SPG *event* sebagai *klien*. EO sebagai pemberi kerja yang pernah melakukan kerja sama dengan SPG *event* sebelumnya, biasanya sering membantu mereka dengan cara memberikan informasi ketersediaan pekerjaan kepada mereka. Tetapi hal ini tidak diberikan begitu saja, melainkan dengan syarat bahwa SPG *event* tersebut harus memiliki sikap yang baik dan selalu menjaga kepercayaan yang diberikan EO.

“Memang. Kerja seperti ini (dunia SPG) itu enaknya sama-sama menjaga kepercayaan, biar sama-sama enak. Meskipun nggak pake kontrak, kerja seperti ini pun ada aturannya. Jadi jangan pernah main-main. Kalau dia bersikap baik, kita juga tidak akan susah untuk memberikan pekerjaan jika memang ada pekerjaan.”<sup>110</sup>

Berdasarkan wawancara dengan AG yaitu TL dari salah satu EO, dalam membahas dunia kerja SPG dapat dikatakan bahwa menjaga kepercayaan

---

<sup>109</sup>*Ibid.*

<sup>110</sup>Hasil wawancara dengan AG di daerah Cilandak, Jakarta Selatan pada tanggal 26 November 2015 pukul 19.00 WIB

merupakan kunci kerja sama EO nya dengan SPG *event*. Terlebih dalam dunia kerja tidak terdapat kontrak, tentu saja antara EO dan SPG *event* hanya dapat bergantung pada kepercayaan yang dibangun oleh kedua belah pihak. Bagi EO menjaga kepercayaan digunakan sebagai pertimbangan untuk melakukan kerja sama dengan SPG *event* yang sama. Dapat dikatakan bahwa EO tidak tidak segan-segan untuk membantu memberi pekerjaan kepada SPG *event* apabila pekerjaan memang tersedia.

Seperti yang diungkapkan BS bahwa menjaga kepercayaan EO yang menaunginya dilakukan agar mempermudah dirinya dalam mendapatkan pekerjaan dari EO yang bersangkutan. Selain itu, berdasarkan pengalamannya dalam menjalin hubungan yang baik dengan menjaga kepercayaan EO, DA mengungkapkan bahwa ketika ada pekerjaan EO yang bersangkutan langsung menghubunginya melalui BBM dan menawarkan dirinya untuk bergabung dengan *event* yang sedang berjalan.

Selain itu keuntungan lain yang ia dapatkan adalah bahwa dirinya tidak perlu melakukan wawancara ulang seperti ketika awal ia melamar pekerjaan. Hal ini dapat dilihat bahwa EO membantu mempermudah SPG *event* apabila mereka bisa menjaga kepercayaan yang diberikan. Hubungan sosial yang baik antara AD dan EO terbukti dari kerjasama yang terjalin antara dirinya dengan EO yang menaunginya saat ini yang sudah berjalan hampir setahun. AD menganggap bahwa hubungan yang terjadi diantara SPG *event* dan EO merupakan sebuah

kontrak. Oleh karena itu kedua belah pihak masing-masing memiliki kewajiban untuk memenuhi tanggung jawabnya.

Pemanfaatan jaringan sosial dengan EO sebagai mekanisme bertahan tidak hanya dilakukan oleh ketiga informan di atas. Sebagai *SPG event* OE juga memanfaatkan jaringan sosial dengan EO dalam mempertahankan eksistensi. Dengan pernyataan yang berbeda, OE mengungkapkan bahwa menjalin hubungan yang baik dengan EO dilakukannya demi menjaga reputasinya sebagai *SPG event* agar terhindar dari kata *blacklist*.

Istilah *blacklist* telah dijelaskan pada bab sebelumnya, yaitu merujuk pada *SPG* yang sudah tidak dipekerjakan kembali oleh EO tertentu akibat suatu masalah di antara kedua belah pihak. Meskipun dengan pernyataan berbeda, cara dan tujuan OE serupa yaitu menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pihak EO dan tidak pernah mangkir dari peraturan yang sudah diberikan dengan tujuan kemudahan untuk informasi ketersediaan pekerjaan oleh EO yang bersangkutan.

**Tabel 4.2**  
**Tujuan Jaringan Sosial SPG Event**

No.	SPG Event	Tujuan	
		Kawan SPG Event	EO
1.	AD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silaturahmi</li> <li>• Informasi pekerjaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi pekerjaan</li> </ul>
2.	BS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silaturahmi</li> <li>• Informasi pekerjaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi pekerjaan</li> </ul>
3.	DA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silaturahmi</li> <li>• Informasi pekerjaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi pekerjaan</li> <li>• Diutamakan dalam pekerjaan</li> <li>• Tidak perlu ikut <i>interview</i> ulang</li> </ul>

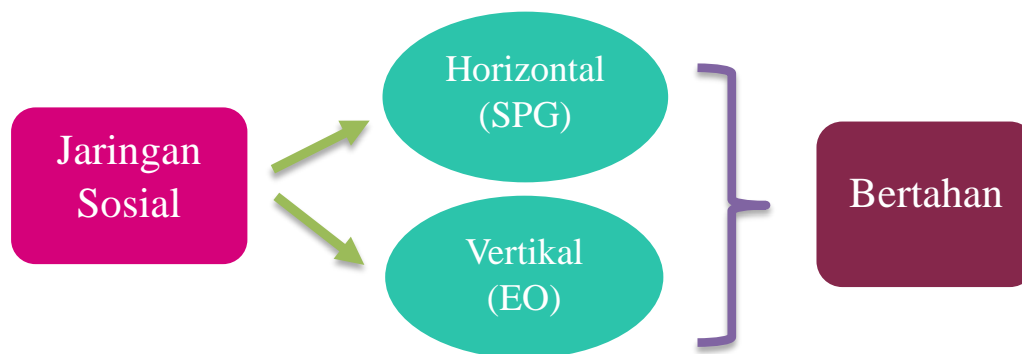
No.	SPG Event	Tujuan	
		Kawan SPG Event	EO
4.	OE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silaturahmi</li> <li>• Informasi pekerjaan</li> <li>• Menambah referensi EO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi pekerja</li> <li>• Menghindari blacklist</li> </ul>

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Berdasarkan tabel 4.3 tujuan jaringan sosial SPG *event*, dapat dilihat secara keseluruhan keempat informan memiliki tujuan yang sama dalam membangun jaringan sosial baik dengan kawan SPG event maupun dengan EO. Tujuan utama mereka adalah untuk mendapatkan informasi pekerjaan ketika mereka dalam keadaan sulit. Selain itu, jaringan sosial yang dibangun dengan kawan sesama SPG event adalah sebagai tali silaturahmi antar sesama SPG event. Hal ini disebabkan bahwa dunia SPG *event* merupakan dunia yang sempit, sehingga tidak menutup kemungkinan untuk mereka akan bertemu kembali pada event lain.

Selain jaringan sosial sesama SPG *event*, keempat informan juga membangun jaringan sosial dengan EO. Selain mendapatkan informasi pekerjaan, adalah menghindari blacklist seperti yang diungkapkan oleh OE. Selain itu, tujuan lainnya adalah diutamakan dalam pekerjaan, artinya ketika ada pekerjaan EO akan menawarkan pekerjaan tanpa perlu kita meminta, dan tujuan terakhir adalah tidak perlu mengikuti interview seperti ketika awal melamar pekerjaan, seperti yang diungkapkan oleh DA.

**Skema 4.3**  
**Mekanisme Jaringan**



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2015)

Dapat dilihat pada skema 4.3 mekanisme jaringan, bahwa jaringan sosial berkaitan erat dengan keberterahan SPG *event*. Jaringan sosial dimanfaatkan oleh SPG *event* sebagai cara mempertahankan eksistensi. Dalam penelitian ini, jaringan sosial yang digunakan oleh SPG *event* dibagi menjadi dua, yaitu jaringan sosial horizontal yang berkaitan dengan SPG *event* lain dan juga jaringan sosial vertikal yang berkaitan dengan EO. Kedua jaringan sosial tersebut digunakan SPG *event* untuk mengakses informasi ketersediaan pekerjaan agar dapat mempertahankan eksistensi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa SPG *event* memanfaatkan jaringan sosial ketika mereka dalam masa sulit sesuai dengan konsep yang diungkapkan oleh Scott.

*“.... there is an entire range of networks and institutions outside the immediate family which may, and often do, act as shock absorbers during economics crises in peasant life.”<sup>111</sup>*

<sup>111</sup>James C. Scott, 1976, *Op.Cit.*, hlm. 27

Penjelasan Scott di atas dapat diartikan bahwa jaringan diluar lingkungan keluarga yang dapat, dan memang seringkali berfungsi sebagai peredam-kejutan selama krisis-krisis ekonomi. Dalam penelitian ini adalah kawan sesama SPG *event* dan juga EO. SPG *event* memanfaatkan kawan sesama SPG *event* sebagai mekanisme mempertahankan eksistensi. Namun kawan sesama SPG *event* hanya mampu memberikan informasi pekerjaan, dan tidak mampu memberikan kepastian pekerjaan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Scott bahwa seseorang tidak dapat mengandalkan bantuan dalam jumlah dan dengan kepastian yang sama besarnya dengan apa yang diperolehnya dari kerabat terdekatnya.<sup>112</sup> Dalam penelitian itu, kepastian pekerjaan yang akan di dapatkan ditentukan oleh EO yang bersangkutan yang memiliki hak penuh untuk memberikan pekerjaan tersebut kepada mereka ataupun tidak.

Dalam penelitian ini, pertolongan yang diberikan oleh kawan sesama SPG *event* tidak tanpa imbalan. Scott dalam bukunya *The Moral Economy of The Peasant*, mengungkapkan bahwa ketika seseorang menolong orang lain terdapat konsensus yang tidak diungkapkan mengenai resiprositas, dan bantuan yang mereka berikan dapat disamakan dengan uang yang mereka simpan di bank untuk digunakan nanti apabila mereka sendiri dalam kesulitan.<sup>113</sup> Dalam penelitian ini keempat informan mengungkapkan bahwa bantuan yang diberikan oleh kawan sesama SPG *event* tidak

---

<sup>112</sup>James C. Scott, 1981, *Op. Cit.*, hlm. 41

<sup>113</sup>*Ibid.*



dengan begitu saja, sebaliknya mereka pun akan memberi bantuan kepada kawan SPG *event* apabila kawan SPG *event* dalam masa sulit.

Seperti yang telah dijelaskan pada sub bab jaringan sosial horizontal bahwa hubungan jaringan sosial yang dibangun antara SPG *event* dan kawan sesama SPG *event* yaitu dengan cara bertukar kontak BBM dan kemudian bertukar informasi mengenai ketersediaan pekerjaan. Dengan demikian, hal ini dapat membantu baik SPG *event* maupun kawan SPG *event* dalam masa sulit dengan memanfaatkan jaringan sosial mereka, sehingga mereka mendapatkan informasi mengenai ketersediaan pekerjaan. Selain memanfaatkan jaringan sosial dengan kawan sesama SPG *event*, mereka pun memanfaatkan jaringan sosial yang lain.

Pemanfaatan jaringan sosial yang digunakan oleh SPG *event* yang selanjutnya adalah berkaitan dengan EO. SPG *event* memanfaatkan kepercayaan yang diberikan oleh EO sebagai cara mempertahankan eksistensi. Tetapi dalam hal ini EO tidak memberikan pinjaman kepada SPG *event*, seperti yang dilakukan *patron* terhadap buruh tani. Melainkan memberi bantuan akan ketersediaan pekerjaan yang dibutuhkan oleh SPG *event*.

Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa EO tidak hanya memiliki sisi buruk sebagai salah satu problematika SPG, tetapi di dalamnya EO pun memiliki sisi baik. Seperti yang diungkapkan oleh Scott bahwa *patronase* memiliki sisi baik, bukan semata-mata dapat diandalkan sebagai salah satu mekanisme bertahan tetapi

mengingat sumberdayanya.<sup>114</sup> Dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah, bahwa meskipun EO tidak terikat kontrak dengan SPG *event* tetapi mereka masih mempedulikan SPG *event* tanpa begitu saja melupakannya dengan cara memberikan informasi ketersediaan pekerjaan yang mereka butuhkan.

## **F. Penutup**

Bab ini telah menjelaskan bagaimana *stereotype* terhadap perempuan yang cantik, lembut serta mempengaruhi eksistensi SPG *event* dalam dunia kerja, seperti ketika perekrutan untuk bekerja sebagai SPG *event*. Selain itu bab ini juga telah menjelaskan bagaimana stigma masyarakat terhadap SPG *event* serta bagaimana eksploitasi yang terjadi pada tubuh SPG *event* sebagai perempuan yang terlihat dari *grade* yang telah ditentukan oleh EO, sehingga tubuh perempuan dijadikan komoditi oleh perusahaan untuk meraih keuntungan yang besar. Bab ini juga telah dijelaskan pula bagaimana kerentanan perempuan dalam dunia kerja akibat konstruksi masyarakat. Kerentanan tersebut dapat dilihat dari problematika yang dialami oleh SPG *event* dalam dunia kerja. Kemudian, pada bab ini pun telah menjawab pertanyaan penelitian penulis yang kedua mengenai strategi yang dilakukan SPG *event* dalam rangka mempertahankan eksistensi.

Penelitian ini mengadaptasi pandangan Scott mengenai mekanisme bertahan yang dilakukan oleh seseorang dalam masa sulit. Tetapi dalam penelitian ini, penulis membedakan pandangan yang digunakan oleh Scott, di mana dalam bukunya Scott

---

<sup>114</sup> *Ibid.*

menjelaskan mekanisme bertahan petani yang cenderung mengalami kemiskinan. Sedangkan penulis melihat mekanisme bertahan yang dilakukan SPG *event* dari sisi kerentanan perempuan. Sehingga mekanisme bertahan yang dilakukan keduanya untuk bertahan adalah berbeda.

Penulis menggunakan istilah mekanisme ekonomi, sedangkan Scott menggunakan istilah mengikat sabuk lebih kencang untuk menjelaskan penghematan. Penghematan yang dilakukan petani dan SPG *event* pun berbeda. Di mana petani melakukan penghematan pada kebutuhan pokok, sedangkan SPG *event* melakukan penghematan kebutuhan fisiologis dan kebutuhan sosial. Kedua, penulis dan Scott sama-sama menggunakan mekanisme alternatif subsistensi untuk menjelaskan kegiatan swadaya yang dilakukan.

Dalam alternatif subsistensi, yang dilakukan petani adalah dengan berbagai cara, mulai dari mencari kayu bakar, berdagang kecil-kecilan, hingga melakukan migrasi.

Sedangkan SPG *event* hanya berdagang sebagai kegiatan swadaya. Ketiga, penulis menggunakan istilah mekanisme jaringan, sedangkan Scott menggunakan istilah *patron-klien* untuk menjelaskan jaringan yang dimanfaatkan dalam mempertahankan eksistensi. Dalam memanfaatkan jaringan, petani melakukan pinjaman kepada patron. Sedangkan SPG *event* memanfaatkan jaringan sosial dan horizontal untuk mencari informasi pekerjaan yang baru.

**Tabel 4.3**  
**Perbandingan Mekanisme Petani dengan SPG *Event***

No.	Mekanisme Petani	Mekanisme SPG <i>Event</i>
1.	Mengikat sabuk lebih kencang:	Mekanisme Ekonomi:
	➤ Menekan pengeluaran kebutuhan pokok	➤ Menekan pengeluaran kebutuhan fisiologi dan kebutuhan sosial
2.	Alternatif subsistensi:	Alternatif subsistensi:
	➤ Kegiatan Swadaya (mencari kayu, berjualan kecil-kecilan, migrasi)	➤ Kegiatan Swadaya (berdagang)
3.	Jaringan patron-klien:	Jaringan:
	➤ Meminjam uang ke patron	➤ Informasi pekerjaan ➤ Informasi jaringan baru

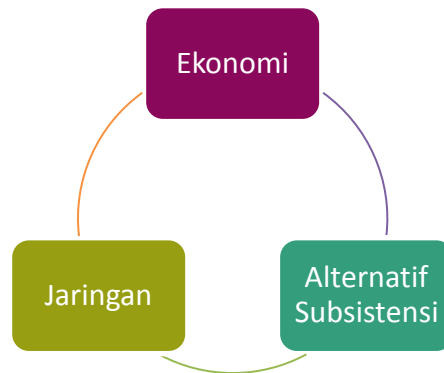
Sumber Data: Hasil Penelitian (2015)

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, penulis menemukan terdapat tiga mekanisme yang dilakukan oleh SPG event dalam mempertahankan eksistensi yaitu mekanisme ekonomi, mekanisme alternatif subsistensi dan juga mekanisme jaringan. Mekanisme ekonomi yang dimaksud adalah dengan melakukan penghematan pemenuhan kebutuhan masing-masing keluarga SPG event, baik kebutuhan fisiologis maupun kebutuhan sosial.

Kedua, mekanisme alternatif subsistensi yaitu SPG *event* memanfaatkan sektor lain untuk mendapatkan penghasilan tambahan, seperti berjualan. Terakhir, mekanisme jaringan yang dimanfaatkan oleh SPG *event* sebagai sumber informasi ketersediaan pekerjaan. Dalam hal ini, jaringan sosial dibagi menjadi dua yaitu horizontal dan vertikal, di mana jaringan sosial horizontal berkaitan dengan hubungan sosial SPG *event* dengan kawan sesama SPG *event*, sedangkan jaringan sosial horizontal berkaitan dengan hubungan sosial SPG *event* dengan EO. Berikut

skema mekanisme bertahan yang dilakukan oleh SPG dalam rangka mempertahankan eksistensinya.

**Skema 4.4**  
**Mekanisme Bertahan SPG *Event***



Sumber Data: Hasil Penelitian (2015)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Konstruksi masyarakat mengenai pandangan bahwa perempuan adalah cantik, cenderung memiliki sifat lembut, ramah, serta penyabar terbukti dari perekrutan sebagai *sales* yang biasanya adalah seorang perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan dianggap lebih menarik untuk mencuri perhatian konsumen, ditambah dengan penggunaan seragam yang cenderung *sexy* serta polesan *make up* di wajah. Untuk menjadi seorang SPG *event* tentu memiliki persyaratan tertentu yang distandarkan oleh perusahaan, seperti penampilan fisik yang menarik yaitu memiliki kulit bersih serta tinggi dan berat badan yang proporsional. Hal ini membuktikan bahwa penampilan fisik perempuan sebagai SPG *event* dijadikan konsumsi publik oleh para kapitalis untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Secara tidak langsung perusahaan telah mengeksploitasi tubuh SPG *event* sebagai perempuan.

Namun, dalam menjalankan pekerjaannya penulis menemukan terdapat problematika-problematika yang harus dihadapi SPG *event* baik problematika dalam bidang ekonomi maupun sosial. Beberapa problematika yang dihadapi oleh SPG *event* dalam bidang ekonomi disebabkan oleh EO. Seperti pekerjaan yang tidak menentu, hal ini disebabkan bahwa pekerjaan sebagai SPG *event* merupakan pekerjaan yang tidak tetap, hanya pada waktu tertentu dan pada jangka waktu tertentu. Kedua adalah pembayaran upah yang tidak tepat waktu, hal ini tentu sangat

merugikan SPG *event* sebab mereka membutuhkan biaya untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Terakhir adalah penggelapan upah, tetapi menurut SPG *event* problematika ini jarang terjadi.

Selain problematika ekonomi, SPG *event* pun menghadapi problematika sosial. seperti persaingan antar SPG *event*, hal ini disebabkan semakin banyaknya perempuan muda yang menginginkan berprofesi sebagai SPG *event* yang tentunya mereka lebih berpenampilan menarik serta modis dan sesuai dengan kriteria SPG *event* yang diinginkan. Problematika sosial yang kedua berkaitan dengan gaya hidup, hal ini tentu menjadi masalah yang cukup besar bagi mereka karena secara keseluruhan lingkungan sosial merupakan faktor utama yang mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Berbagai macam problematika yang dihadapi SPG *event* sangat berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan hidup SPG *event*. Hal ini disebabkan beberapa SPG *event* menjadikan profesi ini sebagai mata pencaharian untuk mempertahankan hidupnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka ditengah problematika yang mereka hadapi, ada beberapa mekanisme bertahan yang mereka lakukan dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup.

Melakukan penghematan pengeluaran merupakan salah satu mekanisme bertahan yang digunakan SPG *event* dalam rangka mempertahankan eksistensi. Penghematan pengeluaran yang dimaksud yakni pengeluaran kebutuhan fisiologis dengan cara mengurangi konsumsi bahan pangan secara berlebihan, membawa bekal

ketika bekerja, memanfaatkan lingkungan pertemanan, ataupun menekan pengeluaran kebutuhan rumah tangga yang lain. Selain itu, *SPG event* juga menekan kebutuhan sosial yang seperti mengurangi berbelanja dan memilih untuk menggunakan barang-barang yang lama atau mengurangi *hangout* (berkumpul) bersama dengan teman maupun keluarga.

Selanjutnya, *SPG event* juga memanfaatkan kegiatan swdaya yaitu berjualan secara kecil-kecilan. Kegiatan swadaya yang dilakukan *SPG event* adalah sebagai tambahan penghasilan selain dari pekerjaan utama mereka sebagai *SPG event*. Terakhir mereka memanfaatkan jaringan sosial yang mereka miliki dalam mempertahankan eksistensi. Berdasarkan hasil temuan penulis bahwa terdapat dua jaringan sosial yang dimanfaatkan oleh *SPG event*, yaitu jaringan sosial horizontal yang berkaitan dengan hubungan mereka antar sesama *SPG event* dan jaringan sosial vertikal yang berkaitan dengan hubungan mereka dengan EO. Selain untuk silaturahmi, tujuan jaringan sosial yang dibangun *SPG event* adalah mendapatkan informasi ketersediaan pekerjaan yang mereka butuhkan serta menambah referensi EO.

Betapapun besarnya kesulitan yang dialami oleh *SPG event* dalam memenuhi kebutuhan hidupnya di masa sulit, sebisa mungkin mereka berusaha agar bisa mendapatkan jalan keluarnya. Mereka berusaha dengan sekuat tenaga agar bisa tetap eksis dalam menjalankan kehidupannya dan memenuhi kebutuhan dirinya maupun keluarganya dengan layak sehingga mereka tidak “terdepak” dari lingkaran



kehidupan di perkotaan yang setiap saat selalu mengancam eksistensinya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, ada beberapa hal yang hendak perlu dibenahi. Beberapa saran yang bisa penulis berikan yakni, pertama sebagai pemberi kerja, EO diharapkan lebih profesional dalam pekerjaannya. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir problematika yang dihadapi SPG dalam bidang ekonomi yang disebabkan oleh EO, sehingga SPG tidak mengalami kesulitan dalam rangka memenuhi kebutuhan ekonominya. Kedua, sebagai pekerja, SPG event diharapkan lebih berhati-hati dalam memilih pekerjaan yang ditawarkan oleh EO. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kemungkinan kecurangan yang dilakukan oleh EO.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Budiono, Abdul Rahmat. 2011. *Hukum Perburuhan di Indonesia*. Jakarta: PT. Indeks
- Cohen, Bruce J. 1983. *Theory and Problems of Introduction to Sociology*, terj. Simamore Sahat, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Bina Aksara
- Creswell, John W. 1994. *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*, London: Sage Publications, Inc
- Dalyono, M. 2001. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Fakih, Mansour. 1996. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gillin J.L dan J.P. Gillin. 1954. *Cultural Sociology, a revision of An Introduction to Sociology*. New York: The Macmillan Company
- Goble, Frank G. 1987. *Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*, terj. Supratiknya. Yogyakarta: Kanisius
- Hadi, Sutrisno. 1982. *Metodologi Research*. Jakarta: Yasbit Fakultas Psikologi UGM
- Kusnadi. 2000. *Nelayan: Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial*, Bandung: Humaniora Utama Press
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Parkinson, D. 1993. *Gagasan-Gagasan Besar dalam Manajemen*. Jakarta: Erlangga

- Poerwadarminta, W.J.S. 1987. *Kamus Umum Bahasa Indonesia* diolah kembali oleh Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Raharti, Mujiasih. 2001. *Manajemen Penjualan Dan Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Retnasih, Ratna. 2001. *SPG Dalam Berbagai Perspektif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Safa'at, Rahmat. 1988. *Kayawan Perempuan Perlindungan Hukum dan Hak Asasi Manusia*. Malang: IKIP Malang
- Scott, James C. 1976. *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*. New Haven and London: Yale University Press
- Scott, James C. 1981. *Moral Ekonomi Petani*. Jakarta: LP3ES
- Semler, Ricardo. 2010. *Revolusi Bisnis*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Soehardi, Sigit. 2003. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*. Yogyakarta: FE-Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Suseno, Indro "Kimpling". 2005. *Cara Pinter Mengelola Event Organizer*. Yogyakarta: Galangpress
- Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Winardi. 1983. *Azas-azas Manajemen*. Bandung: Alumni
- Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan, terj. Alia Swastika*. Yogyakarta: Niagara
- Yin, Robert K. *Studi Kasus, Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Young, Kimball dan R.W. Mack. 1959. *Sociology and Social Life*. New York: American Book Company

### **Perundang-undangan:**

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan

### **Skripsi dan Tesis:**

- Anggi Fiensa Mella. 2015. *Strategi Survive Buruh Gendong di Pasar Beringharjo Yogyakarta*. Yogyakarta. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga.
- Dinny Andriyani Wijaya. 2013. *Brand Ambassador Sebagai Kapital Simbolik*, Jakarta: Universitas Negeri Jakarta
- Herlin Putri Utami. 2008. *Perilaku Konsumtif Pada Sales Promotion Girl (SPG) Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis*. Jakarta. Fakultas Ilmu Psikologi. Universitas Katolik Soegijapranata.
- Tantri Dewi Nawang Sasih. 2014. *Persepsi Sales Promotion Girl (SPG) Terhadap Profesinya Dan Respon SPG Terhadap Persepsi Masyarakat*. Yogyakarta: FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

### **Jurnal:**

- Abdul Hakim. 2011. *Strategi Kelangsungan Hidup Perempuan Mantan Buruh Migran (Studi Kasus Mantan Buruh Migran Kaliwedi Kabupaten Cirebon)*, Jurnal Widyariset Volume 14 No. 1
- Arief Agung Suwasana. 2001. *Perspektif Gender dalam Representasi Iklan*. Jurnal Nirmana Volume 3, Nomor 2
- Bassey Benjamin Esu. 2010. *Promoting an Emerging Tourism Destination*, Global Journal of Management and Business Research, Vol. 10 Issue 1
- Dyah Sarianti Martha dan M. Jacky. 2015 *Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berstatus Sales Promotion Girl (SPG)*, Jurnal Paradigma Volume 03, Nomor 01
- Lita Nurpuspita Sari. 2015. *Potret Perilaku Sosial SPG (Sales Promotion Girl) Rokok Di Mata Masyarakat Kelurahan Benua Melayu Darat Kota Pontianak*. Jurnal S-1 Sosiologi Volume 3, Nomor 1

- Miskawi. 2009. *Menguak WTS (Wanita Tuna Susila) Antara Peran Positif Terbaik Dan Termarginalkan Dalam Bentuk Pembelaannya Tahun 1970-2009*. Jurnal Ilmiah Progressif Volume 6, Nomor 18
- Murianki Morris Murithi. 2015. *Effects of Personal Selling on Sales: A Case of Women Groups in Imenti North District, Meru County, Kenya*, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 5, No. 1
- Titin Murtakhamah. 2013. *Pentingnya Pengarusutamaan Gender Dalam Program Pengurangan Risiko Bencana*. Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial. Volume 2 Nomor 1
- Tutik Sulistyowati. 2015. *Model Pemberdayaan Perempuan dalam Meningkatkan Profesionalitas dan Daya Saing untuk Menghadapi Komersialisasi Dunia Kerja*. Jurnal Perempuan dan Anak. Volume 1 Nomor 1

#### Sumber Internet:

- Erik Snel and Richard Staring, *Poverty, migration, and coping strategies: an introduction*, *Focaal -European Journal of Anthropology* No. 38, 2001 (di akses dari [www.eriksnel.nl/wp-content/uploads/SOC-2001-002.pdf](http://www.eriksnel.nl/wp-content/uploads/SOC-2001-002.pdf) pada tanggal 1 Desember 2015 pukul 23.00 WIB)
- Sales Promotion Girl in Indonesia (diakses dari <http://www.ukessays.com/essays/english-language/sales-promotion-girl-in-indonesia.php> pada tanggal 8 Mei 2015 pukul 21.00 WIB)
- Sih Martiani, *Makan Merokok pada Remaja Putri Perokok*, Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan, Volume 3, Nomor 2, Agustus 2014 (di akses dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jppp4111b62529full.pdf> pada tanggal 23 Januari 2015 pukul 13.00 wib)
- SPG Event, “Grade SPG Event” (diakses dari <http://www.spgevent.co.id/grade-spg-event/> pada tanggal 4 Mei 2015 pukul 16.00 WIB)
- Zulfikri Sulaiman, dkk. 2014. *Strategi Bertahan Buruh Kontrak PT. Metrox Group Jakarta Dalam Memenuhi Kebutuhan Pokok (Studi Pada PT. Metrox Group Jakarta)*. Jurnal Sosiologi (di akses dari [http://www.akademik.unsri.ac.id/paper3/download/paper/TA\\_07111002002.pdf](http://www.akademik.unsri.ac.id/paper3/download/paper/TA_07111002002.pdf) pada tanggal 6 Desember 2015 pukul 14.00 WIB)

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan: AD

Status: Mahasiswa

Waktu dan Lokasi Wawancara: Jumat, 3 April 2015 di daerah Rawamangun, Jakarta Selatan

### Isi Wawancara

P: Sejak kapan anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Aku mulai SPGan sekitar tahun 2014

P: Apa yang melatarbelakangi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Karena butuh buat tambahan biaya kuliah. Soalnya bayar kuliahku mahal.

P: Bagaimana awal mula terjun dalam profesi SPG *event*?

J: Aku iseng nyari di google, terus nemu website kalo Arina lagi butuh buat SPG event. Arina itu salah satu agensi. Terus di sana ada pin bb-nya, yaudah aku *invite*. Terus aku disuruh dateng ke kantornya di daerah pramuka buat *interview*.

P: Faktor apa yang menjadi motivasi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Karena gaji SPG *event* lumayan banget buat anak kampus kaya' aku yg butuh biaya bgt buat kuliah hehehe. Aku juga pengen lebih mandiri aja. Soalnya adikku juga baru masuk kuliah. Udah gitu juga enak waktu kerjanya bisa kita tentuin, bisa pas *weekend* aja jadi ngga bentrok waktu kuliah.

P: Sebelum menjadi SPG *event* sebelumnya bekerja di mana?

J: Sebelumnya aku kerja di bank BTN.

P: Apa alasan anda berhenti dari pekerjaan sebelumnya?

J: Soalnya jadwalnya bentrok. Kan kerja di bank gitu tiap hari. Kalo aku tetep maksain kerja disitu, aku kapan kuliahnya.

P: Apakah anda memiliki pengalaman yang buruk ketika sedang melakukan pekerjaan sebagai SPG *event*?

J: Enggak sih. Paling sindirian ibu-ibu kalo kita lagi nawarin ke suaminya. Disangkanya ngegodanya suaminya kali. SPG mah salah mulu, pake baju *sexy* dikit

dibilangnya murahan. Pake *make up* menor dikit dibilang genit. Nawarin sambil senyum dibilang ngegoda. Ya konsekuensi jadi SPG ya gitu.

P: Selama jadi SPG *event* pernah bekerja dengan perusahaan mana saja?

J: Udah lumayan banyak sih, Yamaha terus Samsung, terus Telkomsel, Djarum, Unilever, Mayora, Sappe. Itu sih yang aku inget.

P: Berapa rata-rata penghasilan sebulan?

J: Kalo *event* mah ngga pasti, tapi ya aku usahain harus dapet 3 juta tiap bulan gimana pun caranya.

P: Penghasilan biasanya digunakan untuk apa saja?

J: Ya paling buat bayar kuliah, buat ongkos juga, sisanya buat nongkrong sama temen-temen kampus.

P: Apa saja kendala ekonomi yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Banyak. Terutama soal gaji. Sampe saat ini aku masih suka ngerasain bayaran tuh nggak tepat waktu. Jadi selalu ngga sesuai sama jadwal. Ya emang sih ngga semua agensi begitu. Kerjaan *event* ya ngga nentu juga menurut aku kendala sih.

P: Apa saja kendala sosial yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Kalo menurut aku mungkin boros kali ya, soalnya tiap gajian suka ngumpul sama temen-temen. Kalo udah ngumpul kadang lupa kan ngeluarin uang berapa buat nongkrong di kafe gitu. Udah gitu sekarang saingan SPG makin banyak. Misal ada SPG yang mau *interview*, kalo dia cantik, putih terus tinggi dijamin pasti diterima. Pokoknya penampilan fisik itu paling utama. Apalagi kalo produknya udah terkenal, jadi pengalaman kerja ngga terlalu berpengaruh.

P: Bagaimana cara menghadapi kendala tersebut?

J: Ya paling lebih hemat aja, minimalisir pengeluaran. Terus paling aku sebisa mungkin banyakin temen SPG siapa tau bisa ngasih kerjaan.

P: Bagaimana hubungan yang terjalin di lingkungan kerja?

J: Aku selama ini selalu ngejalin hubungan yang baik, entah itu sama agensi ataupun sama SPG lain. Soalnya gimana ya, ngejalin hubungan yang baik itu tuh kayak kontrak terutama sama agensi ya. jadi kita sama-sama Menuhin tanggung jawab, saling ngehargain, saling percaya supaya bisa tetep kerjasama gitu.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan: BS

Status: Orang tua tunggal

Waktu dan Lokasi Wawancara: Rabu, 29 April 2015 di daerah Sudirman, Jakarta Selatan

### Isi Wawancara

P: Sejak kapan anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Kayaknya sekitar akhir tahun 2012

P: Apa yang melatarbelakangi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Keluarga, aku kan *single parent*. Jadi harus ngebiayain hidup sendiri, apalagi aku punya anak

P: Bagaimana awal mula terjun dalam profesi SPG *event*?

J: Aku sms temen yang dulu kerja bareng di *Carrefour* minta kerjaan, dia ngajak aku interview bareng di daerah kemang buat *event* produk makanan. Aku cuma disuruh bawa CV sama foto aja waktu itu.

P: Faktor apa yang menjadi motivasi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Ya itu aku kan butuh penghasilan. Nah kayaknya jadi SPG *event* emang udah cocok banget buat aku. Aku kan ngga kuliah, ngga punya keterampilan juga. Jangan salah tap, meskipun kita ngga kuliah tapi penghasilan kita bisa sama kaya' mereka tau. Gaji SPG *event* itu gede, sehari bisa Rp 150.000,- bahkan Rp 200.000,- kebanyakan sih alesannya gitu. Makanya anak-anak kuliahan sekarang banyak yang mau jadi SPG *event*.

P: Sebelum menjadi SPG *event* sebelumnya bekerja di mana?

J: Aku pernah jadi kasir, tapi sebelum jadi SPG *event* aku terakhir kerja jadi SPG *reguler*.

P: Apa alasan anda berhenti dari pekerjaan sebelumnya?

J: Ada lah pokoknya masalah.



P: Apakah anda memiliki pengalaman yang buruk ketika sedang melakukan pekerjaan sebagai SPG *event*?

J: Pengalaman buruk apa ya.... paling sering sih di godain terus paling dimintain pin BB atau nomor hp gitu sama konsumen. Mereka kan modusnya gitu, bakal beli kalo kita ngasih nomor hp. Tapi pernah waktu itu aku jaga di acara pesta rakyat gitu di monas, dan itu penuh banget gitu kan acaranya jadi tuh ya tabrak-tabrakan sama orang. Nah terus pas lagi kayak gitu ada yang nyolek pinggang aku gitu. Kan kurang ajar banget kalo sengaja kayak gitu, nyari-nyari kesempatan banget kan.

P: Selama jadi SPG *event* pernah bekerja dengan perusahaan mana saja?

J: Tekomsel, Indosat, Indofood, Djarum, Unilever, Mayora, Khong Ghuan, Jhonson and Jhonson. Lupa apalagi. Tapi rata-rata sih itu soalnya perusahaan kaya' gitu kan produknya banyak.

P: Berapa rata-rata penghasilan sebulan?

J: Ngga bisa dipastiin sih. Kalo lagi banyak *event*, biasanya 3 juta nyampe.

P: Penghasilan biasanya digunakan untuk apa saja?

J: Yang pasti buat bayar kontrakan, buat kebutuhan sehari-harilah intinya

P: Apa saja kendala ekonomi yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Apa ya... mungkin paling ngejengkelin kalo *fee* turunnya terlambat kali ya. soalnya gini, kita udah jalanin kewajiban kita harusnya mereka sama dong kaya' kita. Tapi emang ada sih agensi yang emang bikin aturan yang nurunin gaji SPG itu lama. Harusnya mereka tau, kita juga butuh buat sehari-hari, buat makan, buat ongkos. Terus yang kedua pekerjaannya ngga nentu kali ya. Jadi gini, misalnya ada *event* selama 3 hari nah terus setelah 3 hari *event* nya selese, ya udah abis itu kita ngga kerja lagi kecuali dapet kerjaan baru.

P: Apa saja kendala sosial yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Paling karena sekarang banyak cewek-cewek yang masih muda pada jadi SPG *event* kali ya. Jadi biasanya EO lebih milih ngasih kerjaan ke mereka, karena tau sendirilah anak sekarang kan cakep-cakep, modis-modis.

P: Bagaimana cara menghadapi kendala tersebut?

J: Kalo kendala ekonomi paling menghemat pengeluaran, kerja biasanya aku bawa bekel biar ngga jajan. Lagian aku juga punya usaha kecil-kecilan sih kaya' kreditin

barang gitu. Seprei, *Tupperware*, *bedcover*, gitu gitulah. Lumayan buat muter duit daripada kepake buat yang ngga berguna kan.

P: Bagaimana hubungan yang terjalin di lingkungan kerja?

J: Aku sih sebisa mungkin selalu ngejalin hubungan yang baik sama agensi. Soalnya gimana pun kita pasti butuh mereka, misalnya buat minta kerjaan lagi. Gampang sih sebenarnya yang penting jaga kita ngehargain mereka dengan jaga kepercayaan mereka. Kalo mereka udah percaya, mereka ngga akan sulit ngasih *event* ke kita. Selain itu sama SPG lain juga kita harus bisa bergaul, jadi bisa tukeran informasi kerjaan.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan: DA

Status: Ibu rumah tangga

Waktu dan Lokasi Wawancara: Rabu, 1 April 2015 di daerah Central Park, Jakarta Barat

### Isi Wawancara

P: Sejak kapan anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Sekitar tahun 2012

P: Apa yang melatarbelakangi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Buat tambahan penghasilan

P: Bagaimana awal mula terjun dalam profesi SPG *event*?

J: Waktu itu aku dapet *broadcast* di bb, kalo PT. SDM lagi butuh SPG untuk *event*. Aku coba kirim CV lewat *email*, gak taunya besoknya aku ditelpon terus disuruh datang buat *interview* dan *training*.

P: Faktor apa yang menjadi motivasi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Ya kaya' yang tadi aku bilang buat tambahan penghasilan. Soalnya gajinya kan lumayanlah kalo dibandingin sama kerjaan sebelumnya. Lagian biar aku bisa mandiri juga ngga ngandelin duit suami mulu. Apalagi kebutuhan sekarang kan makin mahal. Selain itu juga karena waktunya bisa disesuaikan sama kita sendiri. Tau sendiri aku punya suami punya anak. Ngurus keluarga juga, cari duit juga.

P: Sebelum menjadi SPG *event* sebelumnya bekerja di mana?

J: Jadi TL di PT. Hasta Ayu daerah Jakarta Pusat.

P: Apa alasan anda berhenti dari pekerjaan sebelumnya?

J: Jam kerjanya ngga wajar. Aku bisa kerja sampe 10 jam sehari coba. Soalnya tugas TL kan keliling, dari satu tempat ke tempat lain buat mantau SPG. Apalagi aku punya keluarga.

P: Apakah anda memiliki pengalaman yang buruk ketika sedang melakukan pekerjaan sebagai SPG *event*?

J: Sejauh ini sih belum parah, paling dimintain pin atau nomor hp sama konsumen.

P: Selama jadi SPG *event* pernah bekerja dengan perusahaan mana saja?

J: Banyak. Aku lupa. Paling yang inget beberapa aja, kaya' Cussons, terus kartu XL, Frisian Flag, Indofood sama Telkomsel.

P: Berapa rata-rata penghasilan sebulan?

J: Aku biasanya ngambil kerjanya cuma *weekend*. Paling sekitar 1,2 juta.

P: Penghasilan biasanya digunakan untuk apa saja?

J: Ya bantu bantu biaya rumah tangga, buat nabung, sama buat beli kebutuhan sendiri paling.

P: Apa saja kendala ekonomi yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Mungkin yaaa itu kerjaannya ngga tetap udah gitu juga ngga nentu. Tiap *event* kelar, harus nyari *event* lagi. Apalagi sekarang *event* udah agak susah, soalnya SPG nya makin banyak. Pokoknya harus punya *link*. Nah terus juga kalo *fee* kita ngga dibayar. Aku pernah ngalamin ini dua kali. Pertama, waktu pegang produk buat pembersih helm. Kerja selama dua minggu, pas jadwalnya gajian ternyata aku udah di delkon. Nah yang kedua aku pernah kerjasama sebelumnya tapi entah kenapa pas giliran kerjasama yang kedua aku ngga dibayar.

P: Apa saja kendala sosial yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Paling soal belanja. Ya namanya juga perempuan, pasti pengenlah punya baju atau tas yang bagus yang lagi model sekarang gitu. Jadi kalo lagi ngumpul sama temen atau keluarga ngga dibilang ketinggalan jaman. Biasanya abis gajian aku langsung beli apa yang udah aku incer dari lama. Oiya mungkin sekarang makin banyak SPG event juga kali ya jadi makin banyak saingan.

P: Bagaimana cara menghadapi kendala tersebut?

J: Paling ngirit-ngirit pengeluaran. Jadi beli apa yg dibutuhin aja. Terus kaya' yang tadi aku bilang harus punya *link*, biar bisa dapet informasi kerjaan dari sana sini.

P: Bagaimana hubungan yang terjalin di lingkungan kerja?

J: Sejauh ini selalu baik sih, soalnya kalo nggak bermasalah sama EO itu mempermudah kita buat dapet kerjaan dari EO itu. Jadi biasanyakalo ada *event* aku langsung di BBM sama TL nya. Lagian enakya juga kalo udah kenal baik kita

gausah wawancara lagi. Selain sama EO juga aku selalu ngejalin hubungan yang baik sama SPG lain, ya tujuan biar banyak temen, biar dapet informasi kerjaan juga

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan: OE

Status: Lajang

Waktu dan Lokasi Wawancara: Kamis, 31 Desember 2015 di daerah Pejaten, Jakarta Selatan

### Isi Wawancara

P: Sejak kapan anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Kaya'nya mulai tahun 2012

P: Apa yang melatarbelakangi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Buat tambahan uang jajan, anak kuliah keperluannya banyak.

P: Bagaimana awal mula terjun dalam profesi SPG *event*?

J: Awalnya liat temen, kayaknya jadi SPG tuh enak duitnya gede. Maklum anak kostan terus mahasiswi pula, jadi banyak kebutuhan. Ketagihan dan terus sampe sekarang.

P: Faktor apa yang menjadi motivasi anda bekerja menjadi SPG *event*?

J: Ya itu tadi, karena gajinya gede.

P: Apakah anda memiliki pengalaman yang buruk ketika sedang melakukan pekerjaan sebagai SPG *event*?

J: Nggak buruk sih, aku mikirnya ya emang konsekuensi dari kerjaan. Kalo kita jaga produk rokok harus tahan banting sama mulut cowok-cowok. Aku pernah sih ngasih nomor hp gitu ke konsumen soalnya dia mau beli banyak waktu itu. Dia minta nomor hp yaudah aku kasih. Aku mikirnya sih biar aku bisa nyuruh dia beli lagi hehehe. Kan lumayan kalo orangnya royal.

P: Selama jadi SPG *event* pernah bekerja dengan perusahaan mana saja?

J: Paling Coca Cola, Samsung, Indofood, OT, Kalbe sama Mayora.

P: Berapa rata-rata penghasilan anda sebulan?

J: Nggak tentu sih ya, tapi tiga juta sih megang kayaknya.

P: Penghasilan yang didapat dari profesi SPG *event* biasanya digunakan untuk apa saja?

J: Buat kebutuhan hidup yang pasti. Ngasih orang tua, buat belanja bulanan, terus beli baju, *make up*, tas, pokoknya yang aku butuhin deh. Belanja bagi aku kebutuhan soalnya. Hahaha.

P: Apa saja kendala ekonomi yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Kalo gajian itu kan nunggu dulu 14 hari setelah event selesai, jadi ngga langsung. Tapi biasanya dari pihak agensinya suka ngga konsisten, bilanganya 14 hari *fee* udah keluar gataunya sebulan baru keluar bahkan lebih, itupun kadang cuma keluar setengahnya aja. Sisanya beberapa hari kemudian. Padahal kita juga butuh uang buat sehari-hari. Udah gitu juga jadi SPG *event* mah kerjaannya ngga nentu. Kadang ada kadang engga.

P: Apa saja kendala sosial yang anda hadapi sebagai SPG *event*?

J: Kalo menurut aku sih ya soal belanja tadi. Abis buat aku belanja kebutuhan sih, jadi susah. Namanya juga SPG *event* ya pasti harus cantik, harus modis juga. Orang modal utamanya penampilan fisik. Lagian penampilan itu nentuin posisi kita dilingkungan kita sendiri. Misalnya pakaian kita atau barang-barang yang kita pake.

P: Bagaimana cara menghadapi kendala tersebut?

J: Paling aku ngandelin temen atau agensi buat minta kerjaan sih. Nanya nanya info kerjaan. Kalo ada pasti temen ngasih tau, terus aku tinggal *interview* paling.

P: Bagaimana hubungan yang terjalin di lingkungan kerja?

J: Hubungan aku baik sih, entah sama EO atau SPG lain. Kalo EO sih aku sebisa mungkin ngejalin hubungan yang baik biar nggak di *blacklist*. Kalo di *blacklist* aku gabisa dapet kerjaan soalnya. Kalo sama SPG lain kan seandainya kita ngga ada kerjaan dari EO bisa minta sama mereka. Ya tuker-tukeran informasi kerjaan lah. Rata-rata SPG *event* kaya' gitu.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan: AG

Status: Team Leader salah satu EO di Jakarta

Waktu dan Lokasi Wawancara: Kamis, 26 November 2015 di daerah Cilandak, Jakarta Selatan

### Isi Wawancara

P: Sejak kapan anda bekerja menjadi berprofesi sebagai TL?

J: Sekitar awal 2011an kaya'nya

P: Apa yang membuat anda tertarik berprofesi sebagai TL?

J: Karena kerjaannya ngurusin cewek-cewek cantik. Hehehehe.

P: Bagaimana sistem kerja seorang TL di sebuah EO?

J: Aku kan TL nih, dari namanya aja udah jelas aku pemimpin kan. Jadi istilahnya di sini aku yg tanggung jawab soal *event*, soal SPG kaya' ngurusin absen, terus kunjungan ke tempat *event*, ngambil foto pas SPG lagi kerja, termasuk ngurusin gajinya SPG.

P: Apa yang membuat perusahaan tertarik menggunakan jasa EO?

J: Biar dagangannya laris kan mereka pasti harus promo. Nah perusahaan mana ada yang mau ribet sih. Mereka maunya yg gampang-gampang aja. Pake jasa kita, mereka tinggal terima beres. Mereka bayar, urusan promosi sama SPG kita yang urus.

P: Apa kendala yang anda alami selama menjadi TL sebuah EO?

J: Jadi TL mah kendalanya banyak. Harus siap kalo eventnya lagi ada ditempat yang jauh. Harus siap kalo dibawelin sama SPG, soalnya kerjaan kita kan tanggung jawabnya gede ke SPG. Apalagi kalo lagi bermasalah sama gajian, wah siap siap aja tuh. Hehehehe.

P: Bagaimana sistem kerja sama yang terjadi antara EO dengan perusahaan?

J: Biasa, perusahaan ngasih tender nih ke kita buat ngurusin *event*nya. Mulai dari nyari SPG nya, perekrutannya juga kita yang urus. Tapi kan mereka nggak sembarangan, mereka ngasih aturan, mulai dari standar SPG *event* yang mereka mau,



terus aturan-aturan kerja kayak penggunaan seragam, *make up*, *high heels*. Kalo ada SPG yang ngelanggar *blacklist* langsung.

P: Bagaimana pola rekrutmen SPG *event* oleh EO?

J: Sebelum bisa jadi SPG *event* kan ada prosesnya, daftar dulu nyerahin CV lengkap sama foto seluruh badan sama yang setengah badan, terus *fotocopy* KTP juga jadi nggak bisa nipu-nipu umur. Baru abis itu kita *interview*, kita tanya-tanya terus kita suruh *role play* buat tau kemampuan jualannya dia gimana. Karena kan tugas SPG buat jualan. Terus kita foto juga, nah setelah itu kalo lolos mereka di *training*. Nah saat *training* ini mereka bakal dikasih tau tentang produk yang akan mereka jual, kelebihanannya apa terus manfaatnya apa, kalo makanan kandungannya apa, terus diajarin trik-trik berjualan yang baik itu gimana supaya konsumen tertarik. Kayak memberi sapaan, terus teknik menjemput bola, terus presentasi produk sampe teknik *closing*. Selain itu juga dikasih tau gimana cara berpenampilan yang menarik, agresif dan nggak gampang nyerah sama konsumen.

P: Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan EO untuk kembali bekerja sama dengan SPG sebelumnya?

J: Apa yaaaa.... Ya paling yg anaknya nggak neko-neko. Istilahnya yg ngejalin hubungan baiklah sama kita. Sekarang kan bukan cuma EO yg nakal, SPG yg nakal juga banyak. Bilangnya masuk, terus ngasih laporan juga tapi ternyata pas kita tiba-tiba kunjungan mereka nggak ada. Yg kira-kira begitu mah duh jangan harap saya kasih kerjaan lagi. Kerja begini kan enaknyanya sama-sama jaga kepercayaan, biar dia enak kita juga enak. Dia bersikap baik, kita juga nggak bakal susah ngasih kerjaan kalo emang ada kerjaan.

## TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Informan: AT

Status: Pihak perusahaan

Waktu dan Lokasi Wawancara: Jumat, 1 Januari 2016 melalui sosial media

### Isi Wawancara

P: Bagaimana sistem kerja yang antara perusahaan dengan EO?

J: Perusahaan ngasih tender nih ke EO, nah yaudah EO yang ngurusin deh. Mulai dari rekrutmen SPG sampai soal gaji SPG, EO yang urus.

P: Apa benar masih ada beberapa EO yang tidak memberikan gaji SPG tepat waktu?

J: Memang. Ada beberapa alasan sih sebenarnya, yang pertama biasanya masalah absen. Jadi tuh sistem gaji SPG itu kan biasanya serentak, nah kadang masih ada SPG yang sering telah ngumpulin absen, jadi mau ngga mau kita kan harus nungguin absen mereka dulu. Ya jadi SPG yang udah ngumpulin absen pun mau ngga mau harus terima gajiannya di *pending*.

Terus yang kedua biasanya karena perusahaan belum nyelesein pembayaran. Kayak pengalaman aku waktu itu. EO biasanya kan ngga kerja sama dengan satu perusahaan aja kan. Misalnya kantor aku, kerja sama dengan EO, nah EO itu kerja sama juga sama perusahaan B. Nah kantor aku udah bayar lunas ke EO, sedangkan si perusahaan B ini baru bayar setengah doang misalnya. Pas jadwalnya gaji SPG perusahaan B, si EO tuh kekurangan uang karena perusahaan B itu baru bayar setengah doang. Terpaksalah EO ini pake duit dari kantor aku buat bayar SPG perusahaan B. Nah giliran si SPG aku yg gaji, si EO nggak bisa bayar karena uang dari kantor aku udah dipake buat bayar SPG perusahaan B. Jadi ya mau ngga mau terpaksa SPG aku harus sabar nunggu gajinya yg ke pending.

P: Selain gaji terlambat, apa benar masih ada EO yang melakukan penggelapan upah?

J: Iya masih ada lah yang begitu, EO yang nakal. Aku sih prihatin kalo EO sampe ngelakuin itu, sebenarnya kalo dia begitu dia tuh ngerugiin dirinya sendiri. Mereka jadi ngga dipercaya lagi sama SPG. Usahanya kan sia-sia jadinya, padahal uang yang dibawa kabur ngga seberapa. Buat SPG sih saya pesen buat lebih hati-hati, jangan cepet-cepet nerima kerjaan. Biasanya kan SPG ditawarkan kerjaan apalagi gajinya

gede langsung mau. Padahal mereka belum kenal EO nya gitu, yg ada malah ngerugiin SPG itu sendiri kan. Apalagi kalo ngasih kerjaannya cuma lewat BBM, mending dipikir-pikir lagi. Emang sih ngga semua begitu, cuma kan apa salahnya waspada.

P: Apa benar pekerjaan sebagai SPG event merupakan pekerjaan yang tidak menentu, baik waktu kerja maupun gaji?

J: Tiap kerjaan kan ada resikonya. Nah ini salah satu resiko SPG *event*. Lagian kalo kerjaannya sama gajinya tetap apa bedanya sama SPG *reguler*. Justru ini yg ngebedain SPG *event* sama SPG *reguler*. Kerjaan buat SPG event kan emang tergantung ada atau enggaknya *event*, kalopun ada juga waktunya beda-beda. Kayak kantor aku misalnya, kayak waktu itu ada event di kementerian perdagangan kita suka ikut, tapi eventnya cuma tiga hari misalnya, kadang ada juga yg seminggu, kadang juga ngga ada sama sekali. Jadi ngga bisa dipastiin SPG selalu ada *event*.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Novy Eka Rosiana, lahir di Jakarta pada tanggal 15 November 1993. Putri semata wayang dari pasangan Royani dan Heny Tri Susilowati. Beralamat di Jl. Al-Munawaroh II No. 30 RT 02 RW 05 Ciganjur, Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12630. Pendidikan formal yang telah dijalani dijalani yaitu dimulai dari TK Al-Makmur, kemudian lulus dari SD Negeri 03 Pagi Cipedak pada tahun 2005. Pada tahun yang sama melanjutkan studi ke SMP Negeri 131 Jakarta Selatan kemudian ke SMA Negeri 97 Jakarta Selatan dan lulus pada tahun 2011. Penulis pada tahun yang sama melalui jalur SNMPTN Tertulis diterima menjadi Civitas Akademika Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Sosiologi, Program Studi Sosiologi Pembangunan. Selama masa kuliah penulis memiliki pengalaman Praktek Kerja Lapangan pada bulan September sampai Oktober 2014 di Kementerian Sekretariat Negara (Kemensesneg) pada Asisten Deputi Pengaduan Masyarakat.

CP : [novyekarosiana@rocketmail.com](mailto:novyekarosiana@rocketmail.com)